

La customer experience e i social media



Elisa Fontana

Contenuti

- Chi siamo
- CRM, Customer experience, Customer Engagement
- Il consumatore e i Social Network
- I social network generano ROI?
- Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI
- Social Customer Care



C-Direct Consulting

Chi siamo



- **Elisa Fontana, amministratore delegato di C-Direct Consulting Srl**, 13 anni in aziende multinazionali - UPS Europe, Renault SA, Renault Italia, BMW Group Italia - responsabile area Comunicazione, Marketing Relazionale, CRM, Web e Social Networks, Contact Center
- **C-Direct Consulting Srl** nasce nel 2011 riunendo un team di professionisti provenienti da consolidate esperienze manageriali, maturate in contesti italiani e multinazionali leader di mercato





- Il nostro obiettivo è quello di offrire un supporto alle imprese e al management nelle principali aree aziendali finalizzate all'**acquisizione di nuovi clienti**, alla **fidelizzazione e soddisfazione** dei clienti acquisiti e all'**ottimizzazione della loro profittabilità**
- Offriamo servizi di **consulenza e project management** e **percorsi formativi** con un focus principale nelle seguenti aree:



Customer experience e Social Network



- **CRM, Customer experience, Customer Engagement**
- Il consumatore e i Social Network
- I social network generano ROI?
- Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI
- Social Customer Care

Nel 1992 Philip Kotler* diceva...



“Le imprese devono spostare la loro attenzione da obiettivi a breve termine incentrati sulle transazioni alla costruzione di relazioni a lungo termine con i clienti”



Strategia Customer Centric

Oggi..



- Oggi si parla molto di **Customer Centricity, Customer Experience, CRM, Customer engagement**
- Il cliente sembrerebbe essere diventato la **chiave per uscire dalla crisi** e un **fattore di differenziazione** indispensabile per il successo del proprio business

Ma il cliente è davvero al centro nella realtà quotidiana delle aziende?





- In una recente ricerca è stata posta ad un panel di consumatori la seguente domanda:

“Desidererebbe conoscere di più sulle aziende di cui acquista i prodotti?”

La risposta è stata: **42% molto, 40% abbastanza**



Circa l'82% dei consumatori richiede maggiore trasparenza e vicinanza alle aziende di cui è cliente

Siamo tutti clienti e consumatori..



- .. di qualche prodotto o servizio: cellulare, banca, auto, supermercato, assicurazione, compagnie aeree, strutture alberghiere, abbigliamento, il negozio sotto casa
- Ma: quante aziende ci fanno sentire un cliente **conosciuto, coinvolto, coccolato, importante, informato**, da quando è iniziata la relazione tra noi e il/i loro brand?

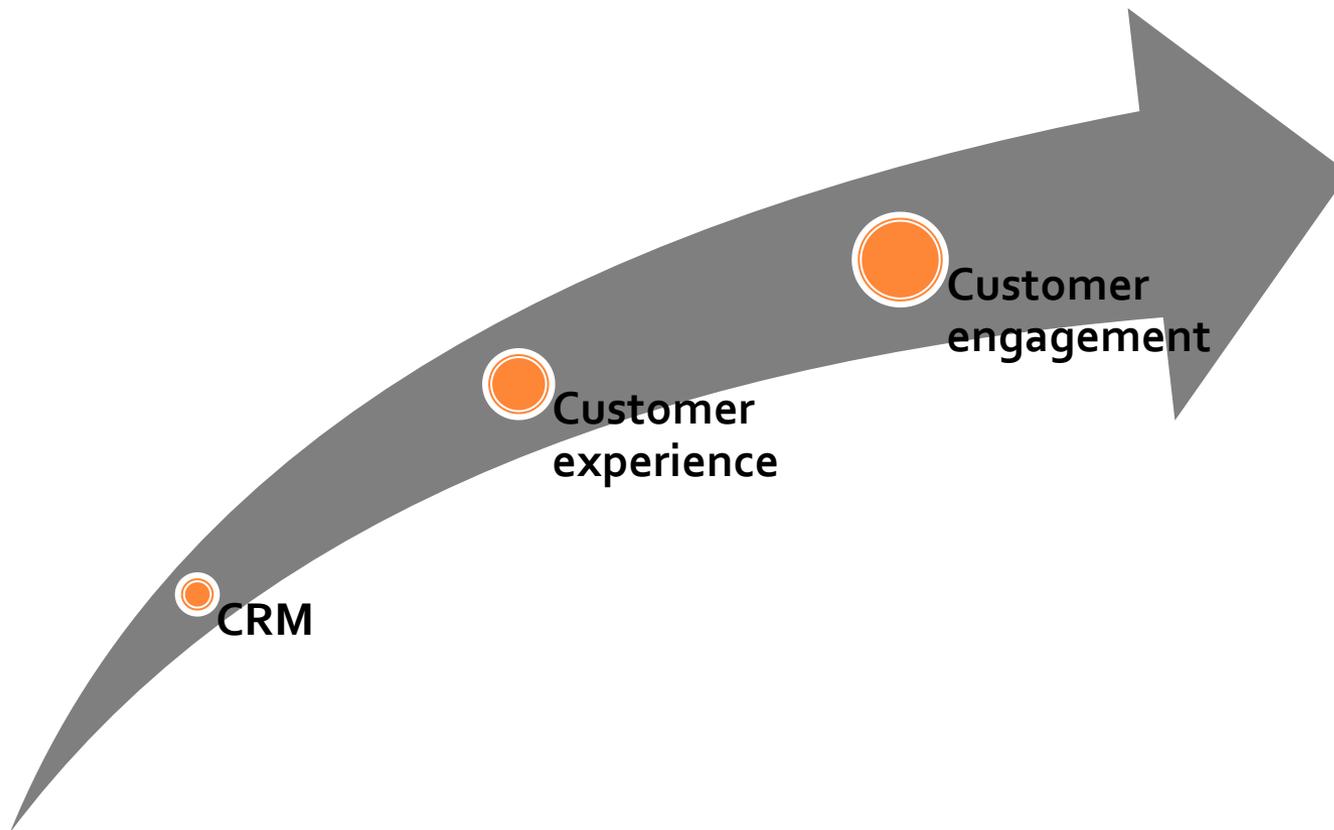


C'è ancora molta strada da fare nella gestione delle relazioni tra cliente e azienda!



CRM, customer experience & engagement

Le tappe per la centralità del cliente

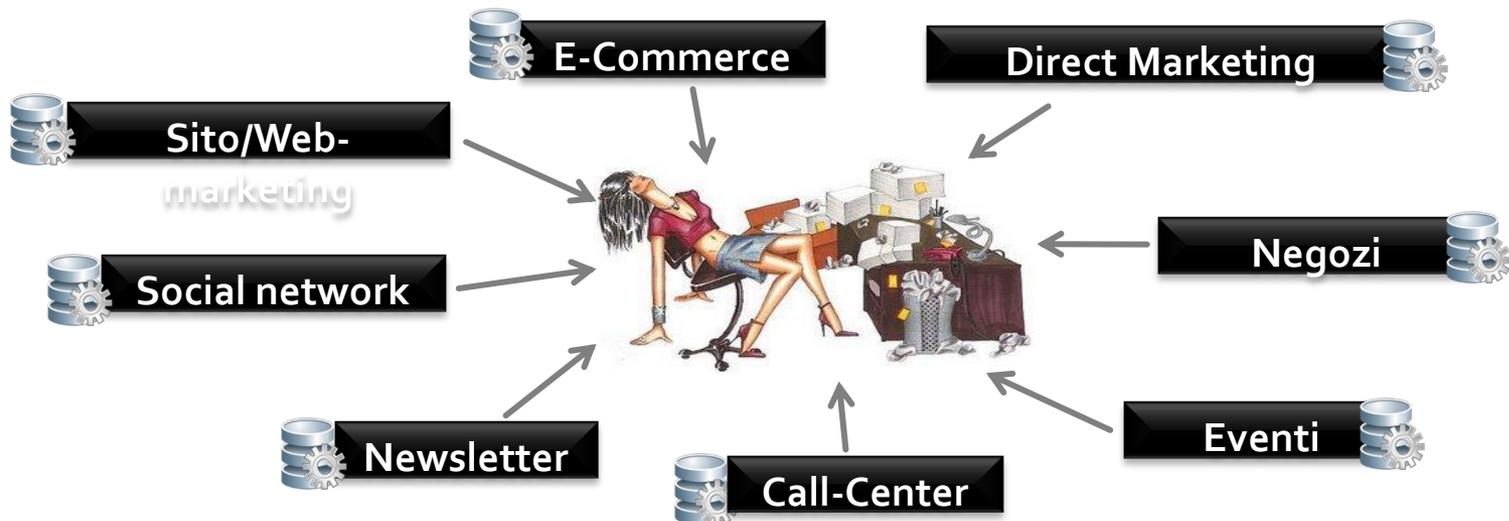


CRM, customer experience & engagement

II CRM



- IL CRM (Customer Relationship Management) sta diventando una necessità sempre più sentita dalle aziende per poter gestire meglio la complessità e numerosità di dati e informazioni, canali di contatto con clienti e prospect, attori interni ed esterni
- L'attuale crisi economica, sta spostando i budget aziendali per le attività di marketing dall'advertising classico ad iniziative di marketing diretto e digitale, meno costose e più misurabili

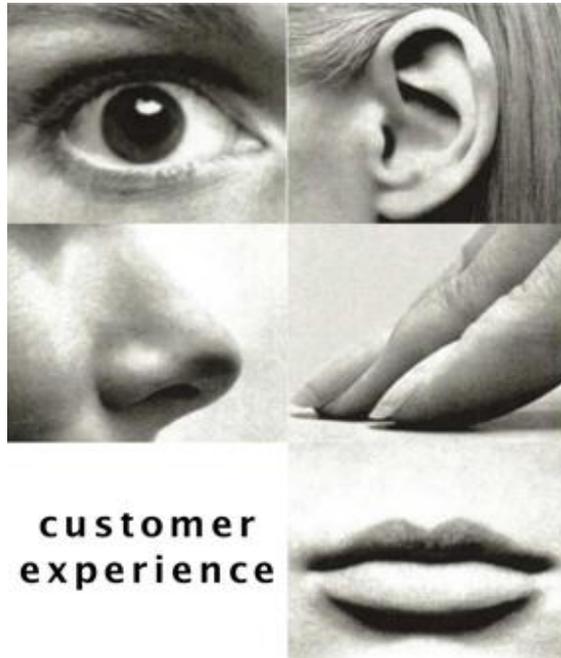


CRM, customer experience & engagement

Customer experience



- **IL CRM però non è sufficiente:** serve ad ottimizzare dati e informazioni con i propri clienti e a comunicare con canali e contenuti adeguati al customer lifecycle. Ma è importante **che il cliente sia anche soddisfatto quando entra in contatto con il nostro brand**



- **La Customer Experience è la reazione interiore e soggettiva del cliente di fronte a qualsiasi contatto diretto o indiretto con un'impresa**

(Meyer e Schwager, Harvard Business Review)

- **Il Customer Experience Management (CEM) è una nuova disciplina: grazie a processi strutturati e tecnologia si prefigge di migliorare l'analisi dell'esperienza dei clienti di un'azienda**

CRM, customer experience & engagement

CEM vs CRM



- I dati raccolti tramite iniziative di Customer Experience Management (questionari, studi, osservazione diretta) sono fondamentali per **migliorare il servizio** e costruire una **Loyalty robusta**: migliore è l'esperienza del cliente, maggiore sarà il legame che si crea con l'azienda
- Il CRM invece è fondamentale per **gestire bene il cliente soprattutto da un punto di vista del marketing e della vendita**
- Una strategia di CRM efficace deve però **gestire il cliente a 360°**; a sua volta, la Customer Experience non può essere limitata alle interazioni del cliente con l'azienda su uno o alcuni punti di contatto



La customer experience deve essere diffusa e misurata trasversalmente

CRM, customer experience & engagement

CEM vs CRM



- Occorre quindi spostarsi da una logica di **relazioni e interazioni con il cliente gestite in silos non comunicanti...**

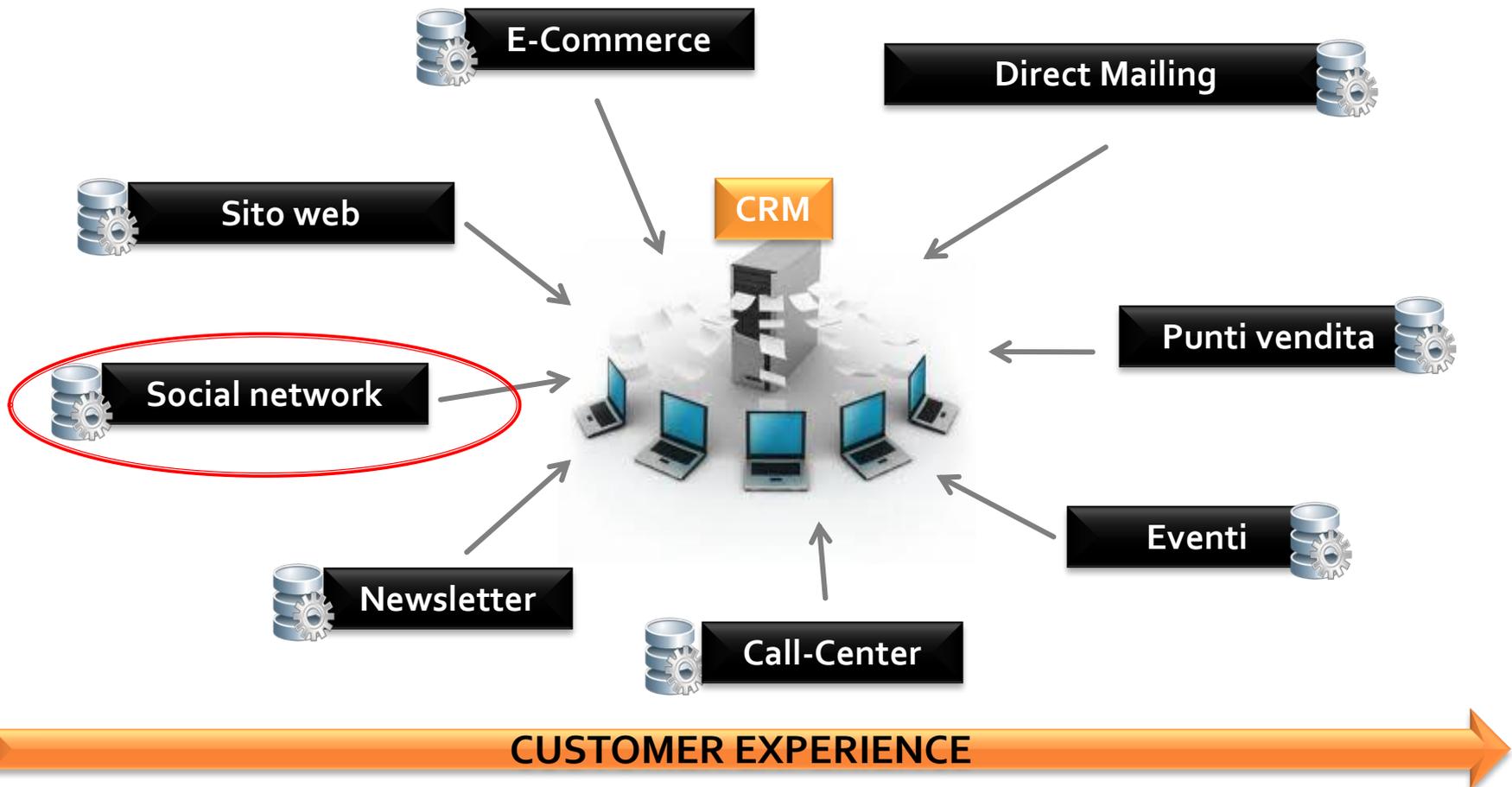


CRM, customer experience & engagement

CEM vs CRM



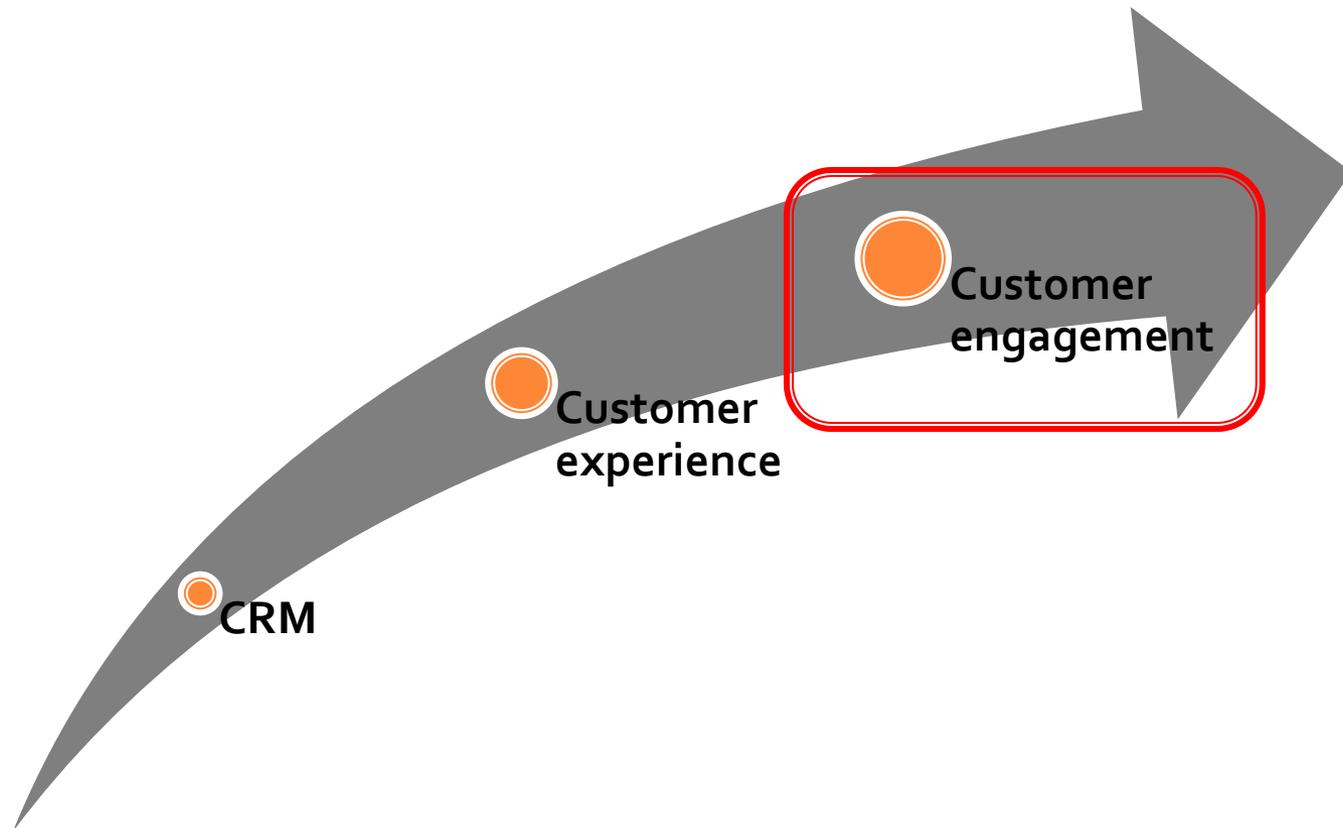
- ad un una logica che faciliti il confluire in un unico ambiente delle varie fonti di informazioni e interazione con la customer base



Customer Experience e social networks



- Una misurazione della Customer Experience sui Social Networks è l'engagement dei propri fan



Customer Experience e social networks



- Customer engagement si riferisce al livello di **coinvolgimento e interazione dei clienti tra di loro, con un'azienda o con un brand**
- L'iniziativa può essere presa dal consumatore stesso o dall'azienda, e il canale può essere sia online che offline

(Wikipedia)

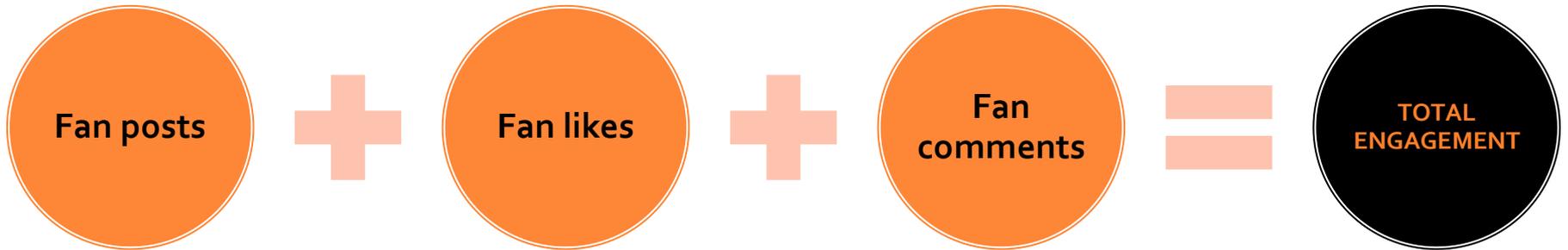


Customer Experience

Facebook e il customer engagement



- L'engagement dei fan su una pagina Facebook di un brand si misura come:



facebook®

Customer Experience

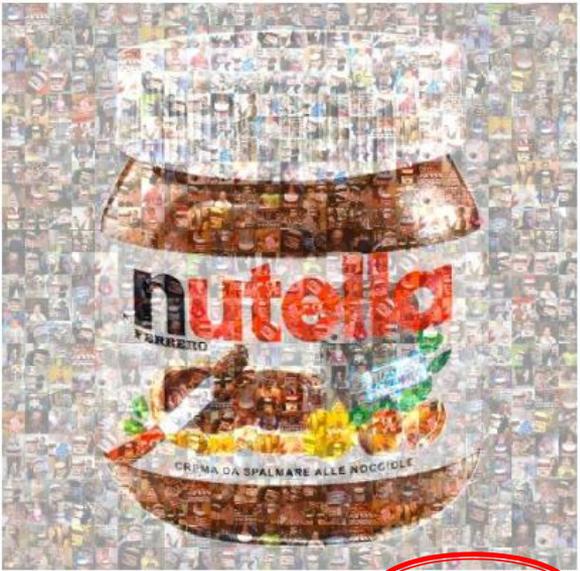
Facebook e il customer engagement



facebook Cerca Elisa Fontana Trova i tuoi amici Home

nutella **HOME** **Nutella** **Diario** **2012** **In evidenza** **Mi piace** **Crea una Pagina**

Il 29 febbraio è un giorno un po' "speciale": ecco perché Nutella ha deciso di dedicarlo ai suoi fan creando un mosaico d'eccezione! Aguzzate la vista... vi riconoscete tra gli scatti? Mettete "mi piace"! — con Luana Bove e altre 10 persone.



Mi piace · Commenta · Condividi **4.165** **245** **514**

nutella **HOME** **Nutella** con Antonio Caputo e altre 16 persone. 27 febbraio



Tutti i volti del Nutellone! (35 foto)
I mitici vincitori del Nutellone tornano a esprimere tutto la loro gioia e la loro energia... continuate a tentare, i prossimi potreste essere voi!



Mi piace · Commenta · Condividi **6.479** **492** **1.137**

Sponsorizzate

MOTORRADSTRASSEN SEN



Es geht wieder los!
Komm auf
MOTORRADSTRASSEN
TOUREN - BIKES -
SZENE

Mi piace · Piace a 8.104 persone.

Customer experience e Social Network

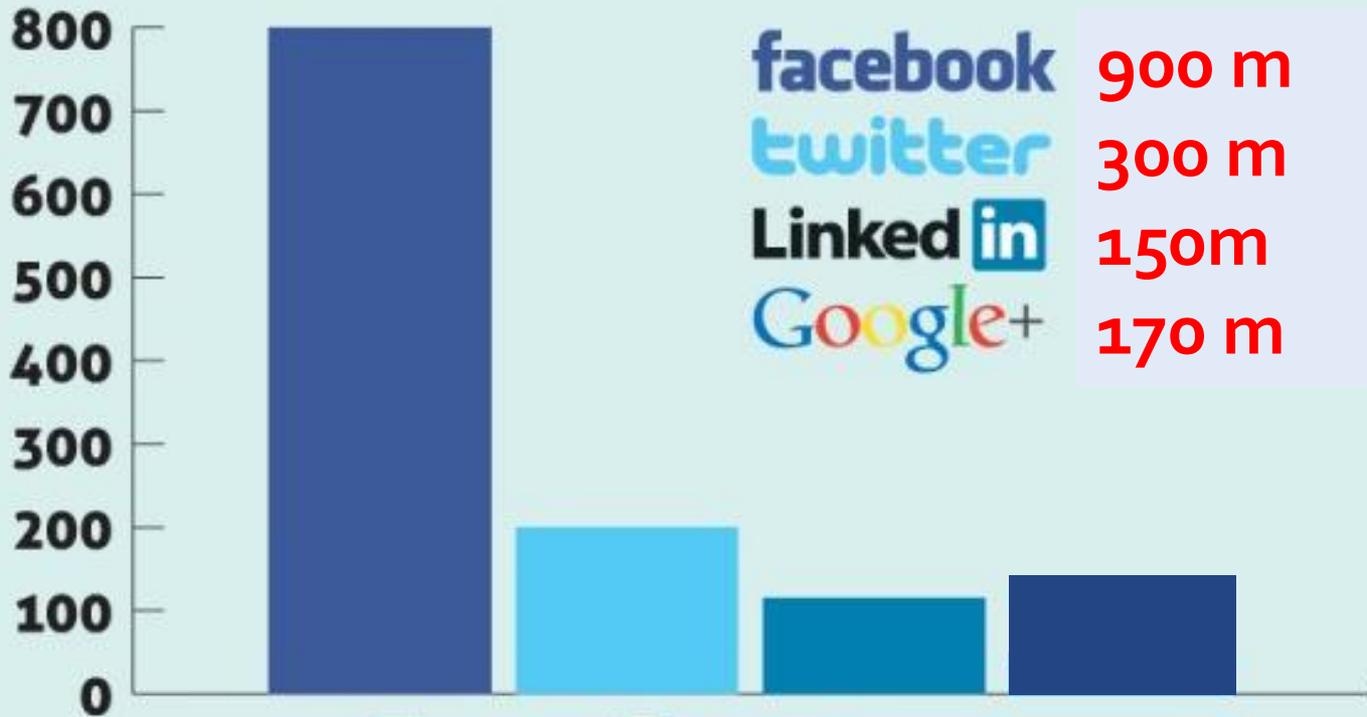


- CRM, Customer experience, Customer Engagement
- **Il consumatore e i Social Network**
- I social network generano ROI?
- Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI
- Social Customer Care



Il Social CRM

Social Networks nel mondo



Total Users *estimated

FACEBOOK

established 2004

TWITTER

established 2006

LINKEDIN

established 2003

GOOGLE+

established 2011

I social networks

Social Networks in Italia



21 milioni registrati

facebook

2 Milioni Utenti Registrati

LinkedIn

65.000 Registrati

ASmallWorld

YouTube

570.000 Utenti Unici Mese

NETLOG

19 Milioni Utenti Unici Mese

2 Milioni registrati

myspace.com
Italia

twitter

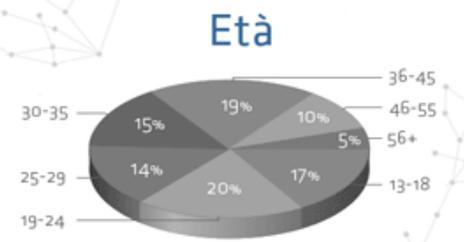
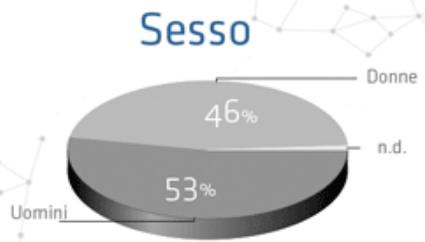
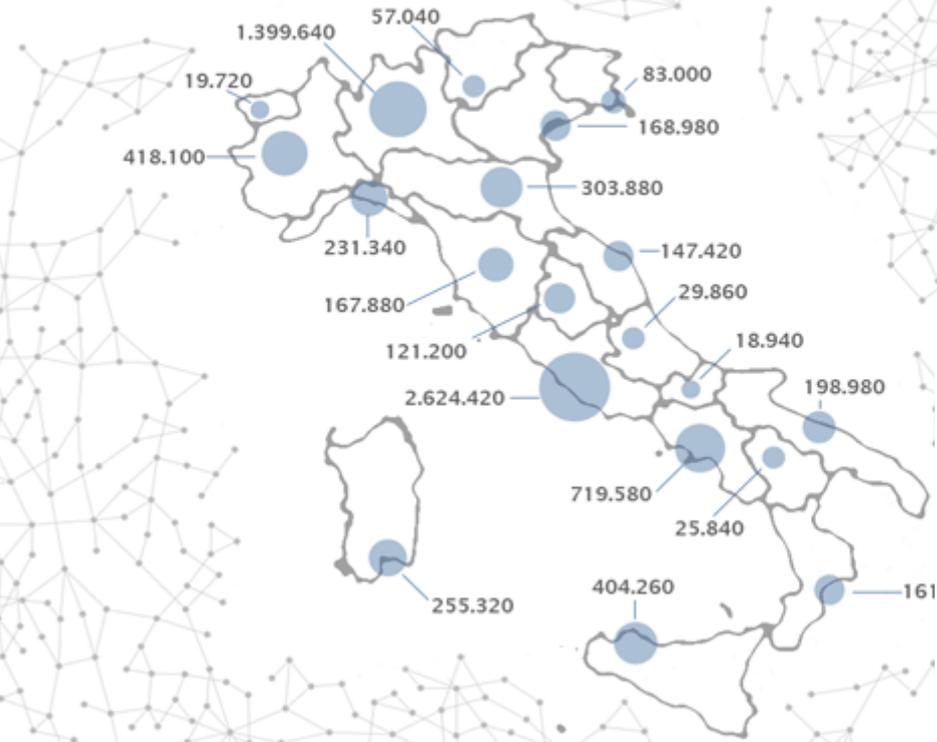
1,1 Milioni Utenti Unici Mese

I social networks

Trend di crescita e fruizione Facebook



facebook in Italia



I social networks

L'italiano è un consumatore "Social"



Possiamo definire il consumatore "Social" quel consumatore che:

- Trascorre gran parte del suo tempo in rete, sempre più nei social network
- Condivide informazioni ed esperienze con la propria cerchia amicale
- Cerca consigli di acquisto dai propri amici
- Gradisce entrare in contatto con (le persone dietro) il Brand

Utilizzo dei Social Networks /mese
(febbraio 2011)

Country	Time per Person (hh:mm:ss)
Average	5:27:33
Italy	6:27:53
Australia	6:25:21
United States	6:02:34
United Kingdom	5:50:56
Spain	4:50:49
Brazil	4:27:54
France	4:12:01
Germany	3:47:24
Switzerland*	3:26:00
Japan	2:37:07

Source: The Nielsen Company

*home only

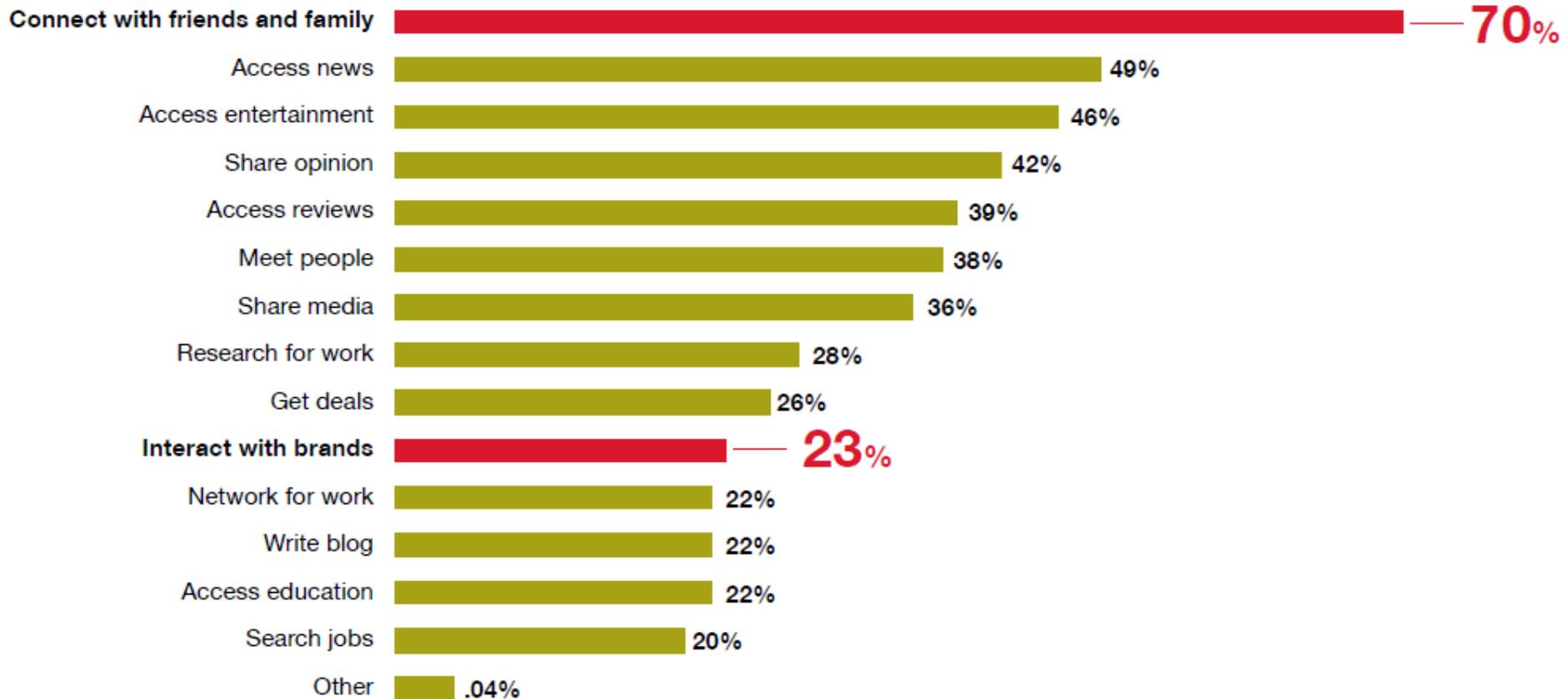
I social networks

Il consumatore Social e i Brand



- Il 23% dei consumatori sui Social Networks interagisce con i Brand delle aziende

Reasons consumers go to social media or social networking sites



Note: Sample size N=1056.

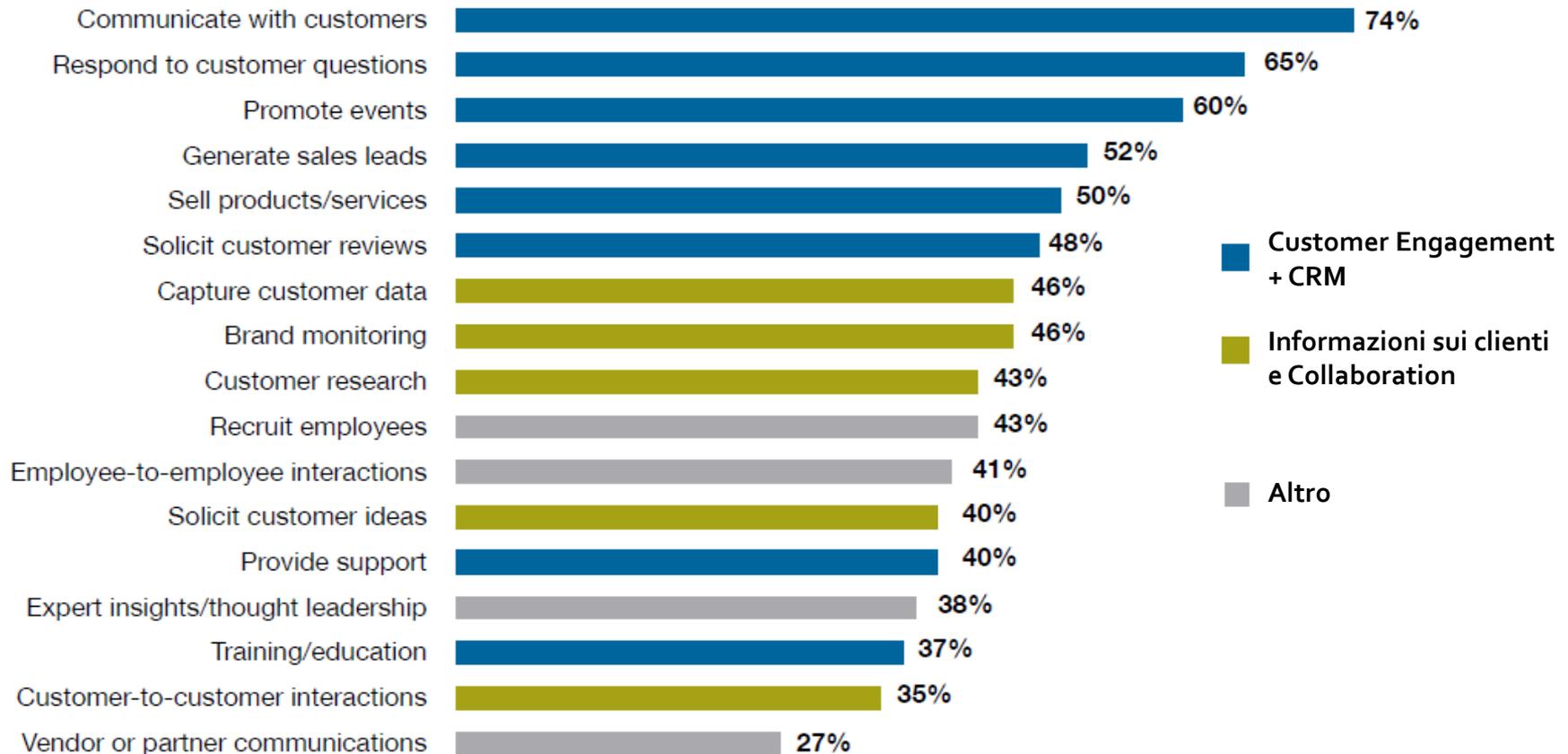
Source: IBM Institute for Business Value analysis. GRM Study 2011.

I social networks

Cosa fanno le aziende sui Social Networks



What is your company doing with social media today?



Notes: N=351. Not shown in figure: "I don't know" = 9 percent and "Others" = 2 percent.
Source: IBM Institute for Business Value analysis. CRM Study 2011.

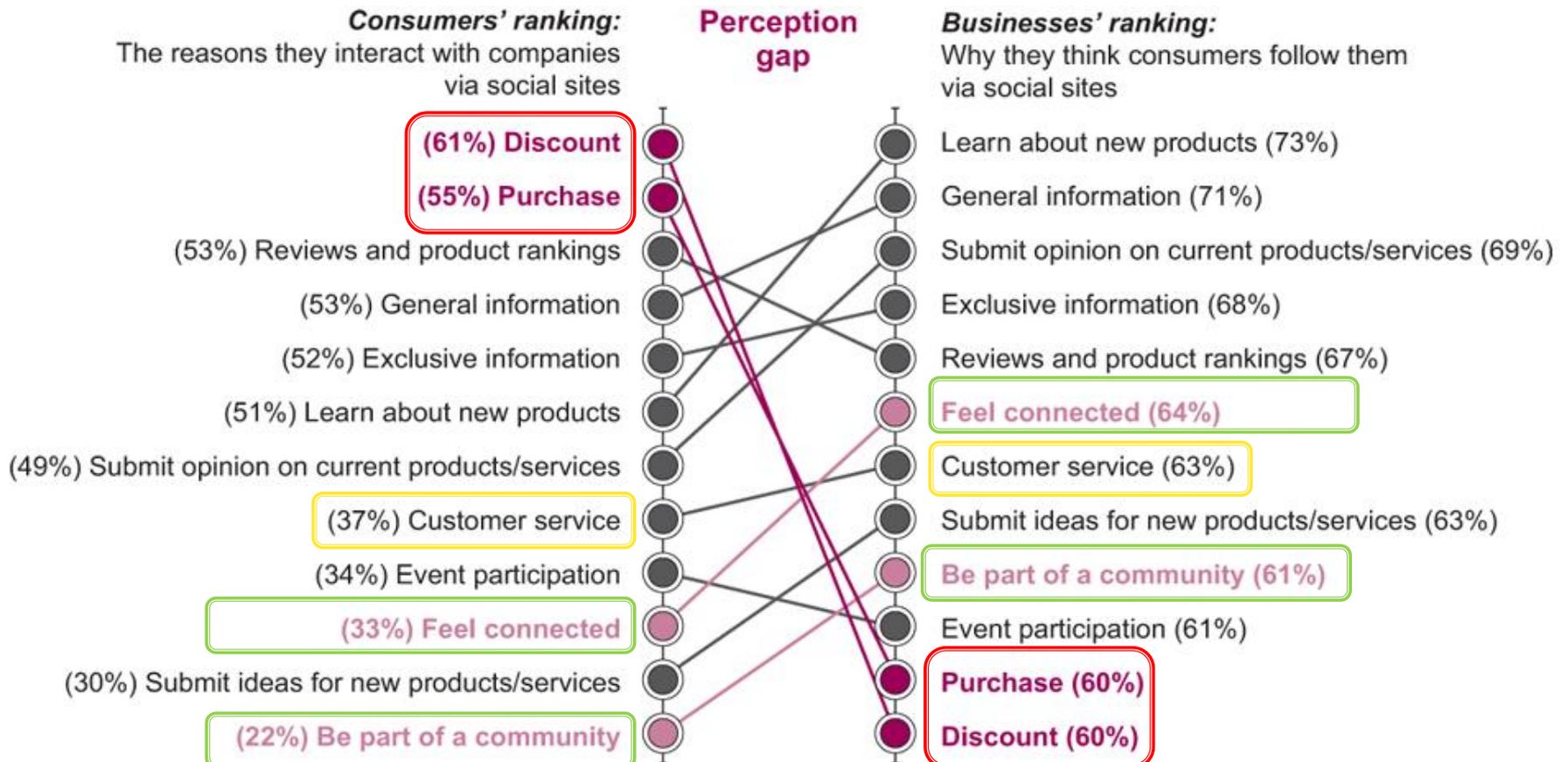
Figure 2: Companies are using social media primarily for customer engagement.

I social networks

Il consumatore Social e i Brand



- Gli utenti interagiscono con le aziende presenti sui social network per ottenere **sconti**, **comprare**, **avere informazioni sui prodotti e informazioni generiche**. Ma il punto di vista delle aziende e quindi le loro strategie non coincidono...



I social networks

Cosa si aspetta il consumatore Social dai Brand



Basta chiederlo a loro!



Mercatone Uno

Cosa vi aspettate dalla nostra pagina facebook? Quali informazioni vorreste ricevere? Scriveteci... Aiutateci a renderla più bella!

8 ore fa ·



Paolo Turini novità, promozioni e anteprime...

7 ore fa · Contrassegna



Massimo Pistone tante offerte...

7 ore fa · Contrassegna



Valeria Mancini le migliori esclusive per noi fan

7 ore fa · Contrassegna



Samantha Bove iniziative per migliore... i fan non sono solo i clienti

...

4 ore fa · Contrassegna



Antonio Bergamin Tantissime offerte!!!

Ma anche qualche informazione...

3 ore fa · Contrassegna



Raffaella Bonaccio vorrei vedere le anteprime dei vostri prodotti e inoltre sarebbe interessante un forum con i vostri esperti che rispondono alle nostre domande su i vostri articoli.... :)

2 ore fa · 1 persona · Contrassegna

Customer experience e Social Network



- CRM, Customer experience, Customer Engagement
- Il consumatore e i Social Network
- **I social network generano ROI?**
- Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI
- Social Customer Care



Social Network

Il ROI



Il ruolo della rete sulla ricerca di informazioni per Il processo di acquisto e

- Per me internet è la fonte principale per cercare informazioni su prodotti e servizi
- Attraverso internet confronto i prezzi dei beni servizi che voglio acquistare



Social Network

Il ROI



□ I tipi di informazioni più rilevanti per il processo di acquisto si raccolgono:



Il 20% dei consumatori dichiara di **non comprare** un prodotto se ha letto un giudizio negativo su internet

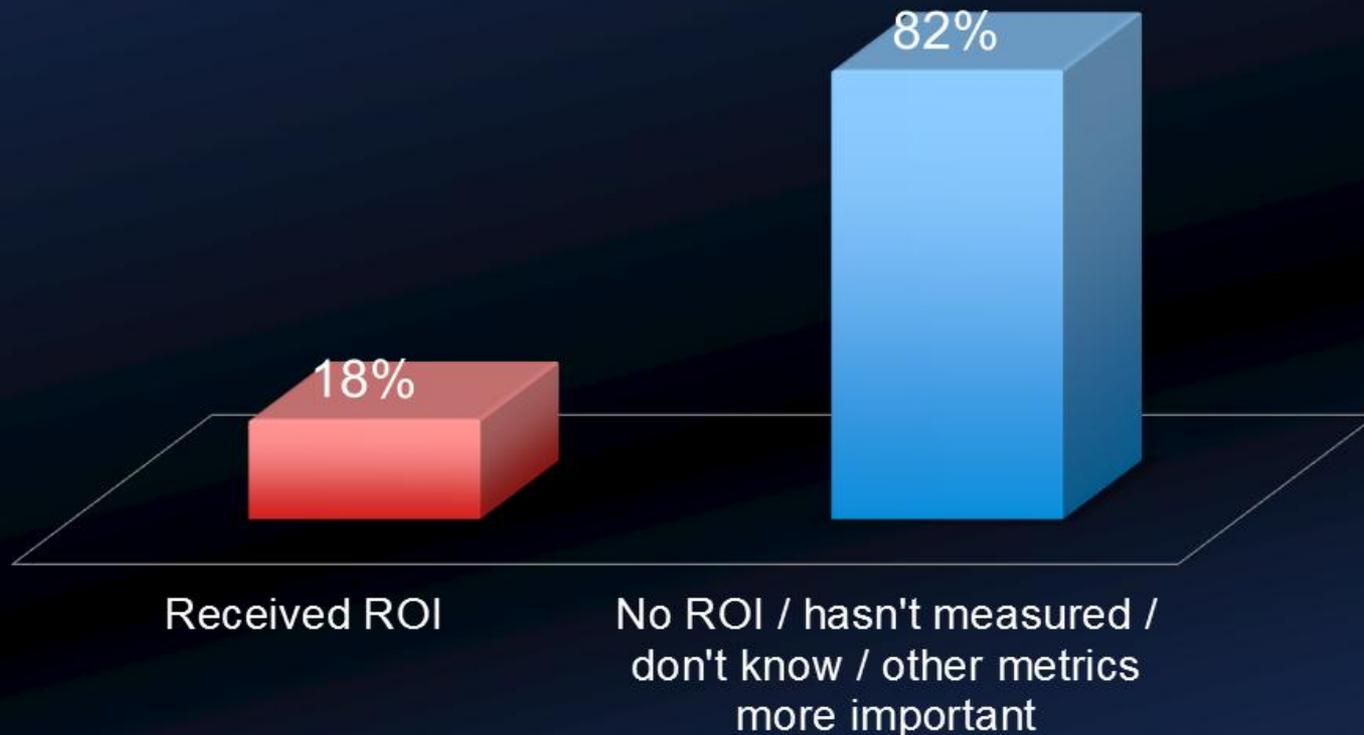
Social Network

Misurare il ROI – Global survey



82% Not Able to Report Social Media ROI

Social media ROI for services organizations



Social Network

Misurare il ROI – Survey Italia

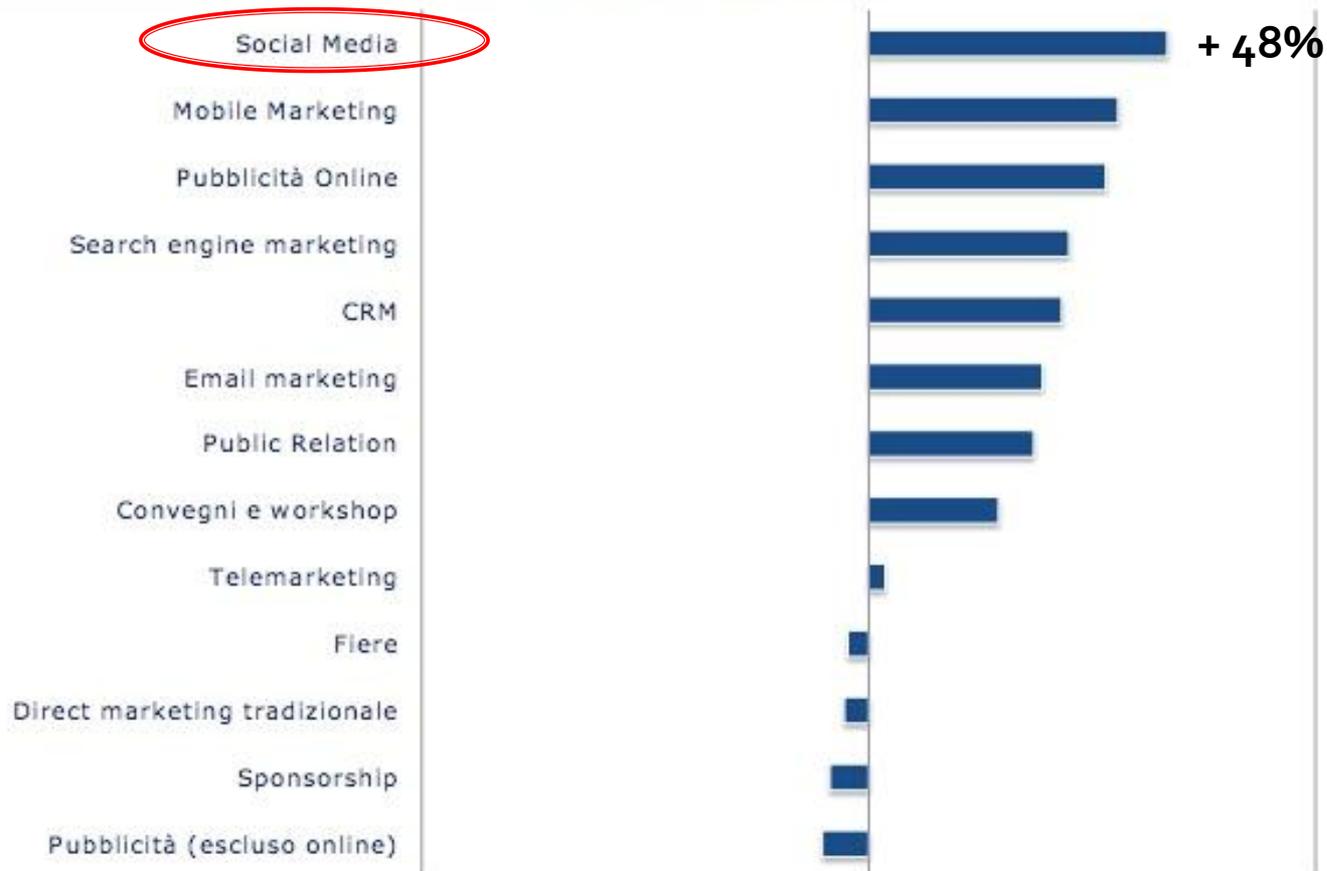


© 2012

17. Quali voci del tuo budget marketing cresceranno nei prossimi 2-3 anni ?



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



Social Network

Misurare il ROI – Survey Italia

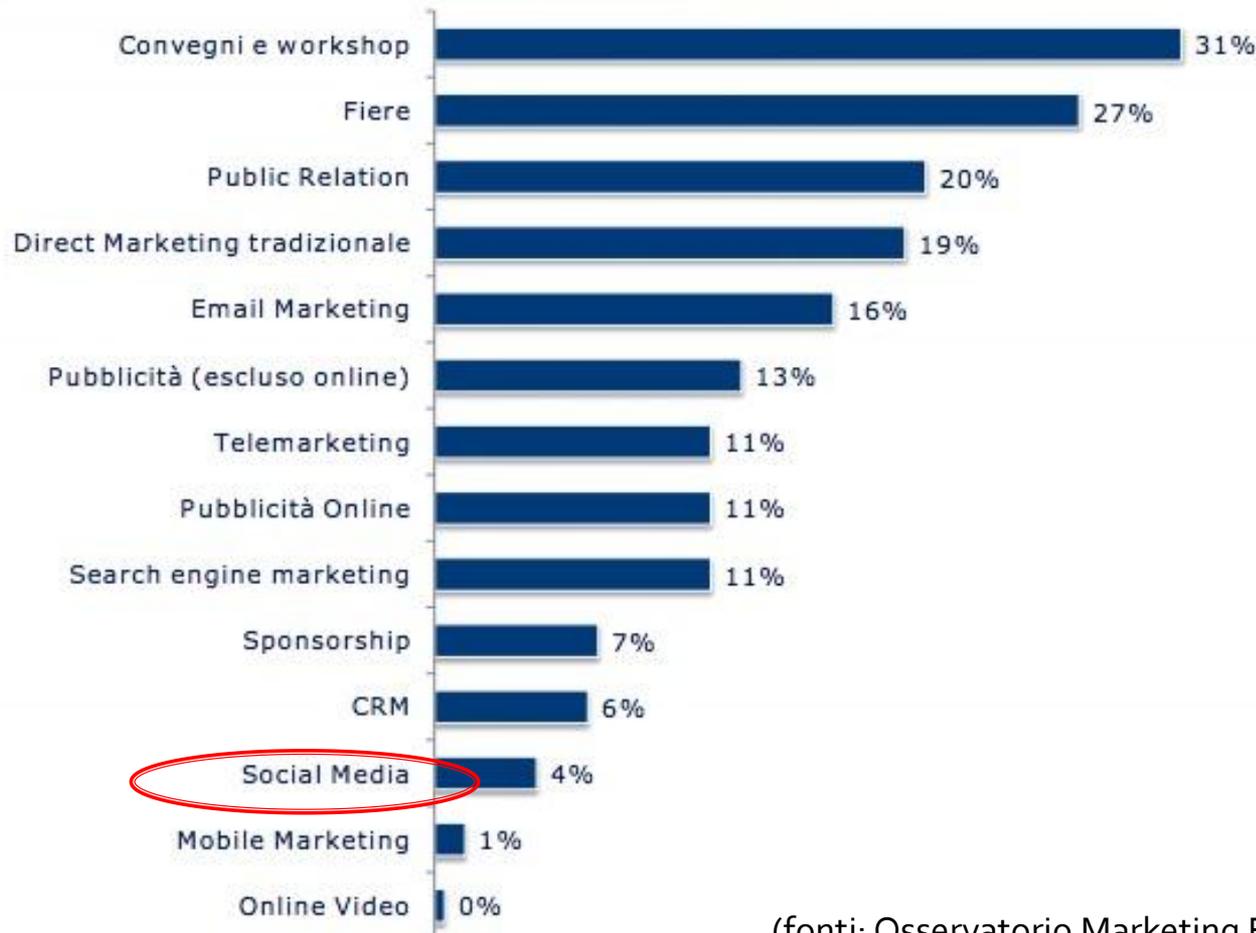


© 2012

14. Quali voci del tuo budget marketing hanno il miglior ROI ?
Seleziona le 3 voci principali



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



(fonti: Osservatorio Marketing B2B Cribis D&B

Social Network

Misurare il ROI



- Il ROI dei progetti relativi ad azioni sui Social Network **non si riesce facilmente a quantificare**
- Ma anche il **miglioramento effettivo della overall Customer Experience è difficilmente misurabile**

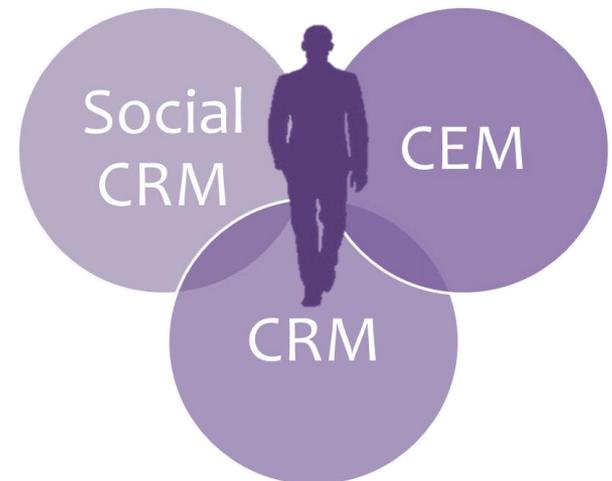


Social CRM?

Customer experience e Social Network



- CRM, Customer experience, Customer Engagement
- Il consumatore e i Social Network
- I social network generano ROI?
- **Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI**
- Social Customer Care



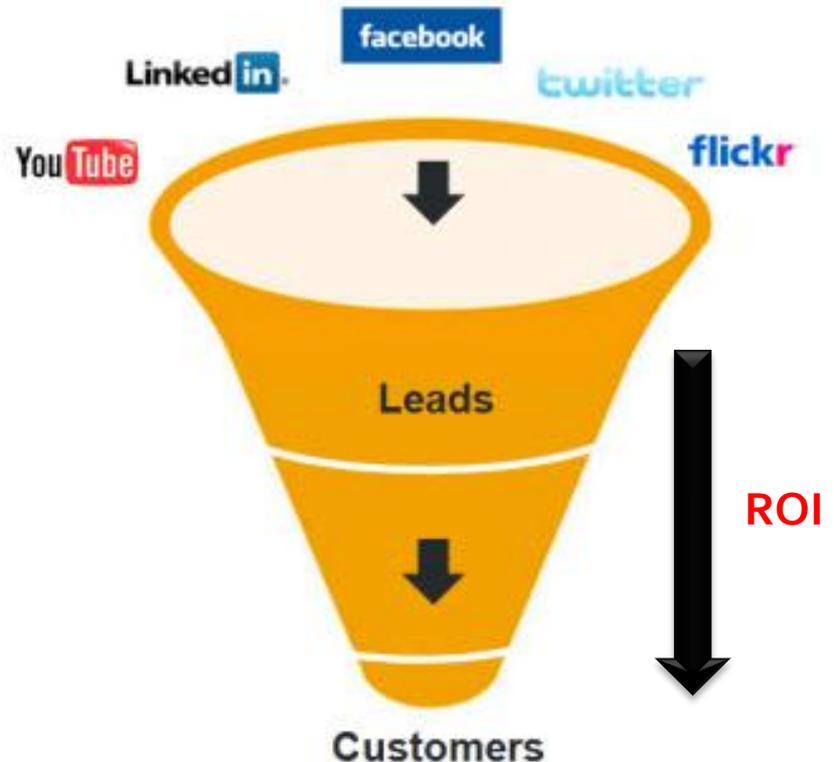
Social CRM

Che cos'è



E' una **strategia di business** che ha come obiettivo di **generare tramite i Social Media delle opportunità per il marketing, le vendite e il customer service** delle aziende, offrendo però al contempo anche vantaggi ai membri delle communities online (*Gartner*)

Social media sites, Social networks del brand, Social media marketing

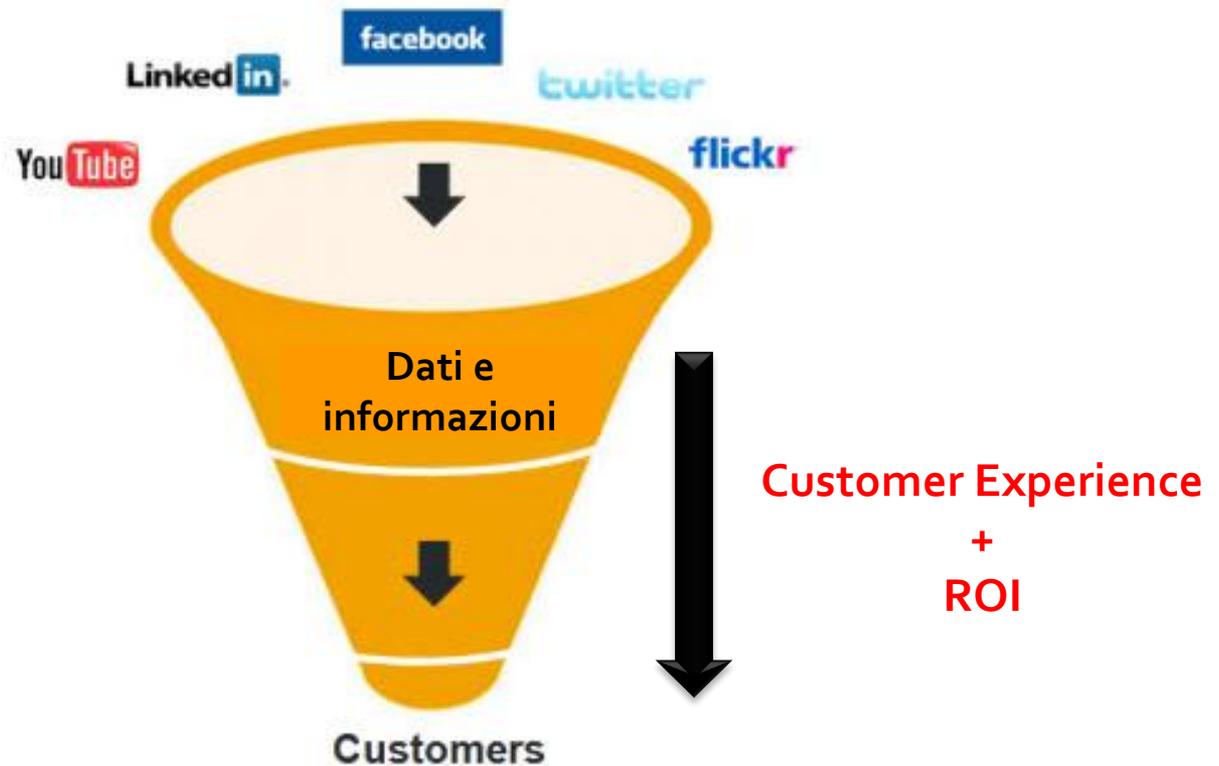


Social CRM

Che cos'è

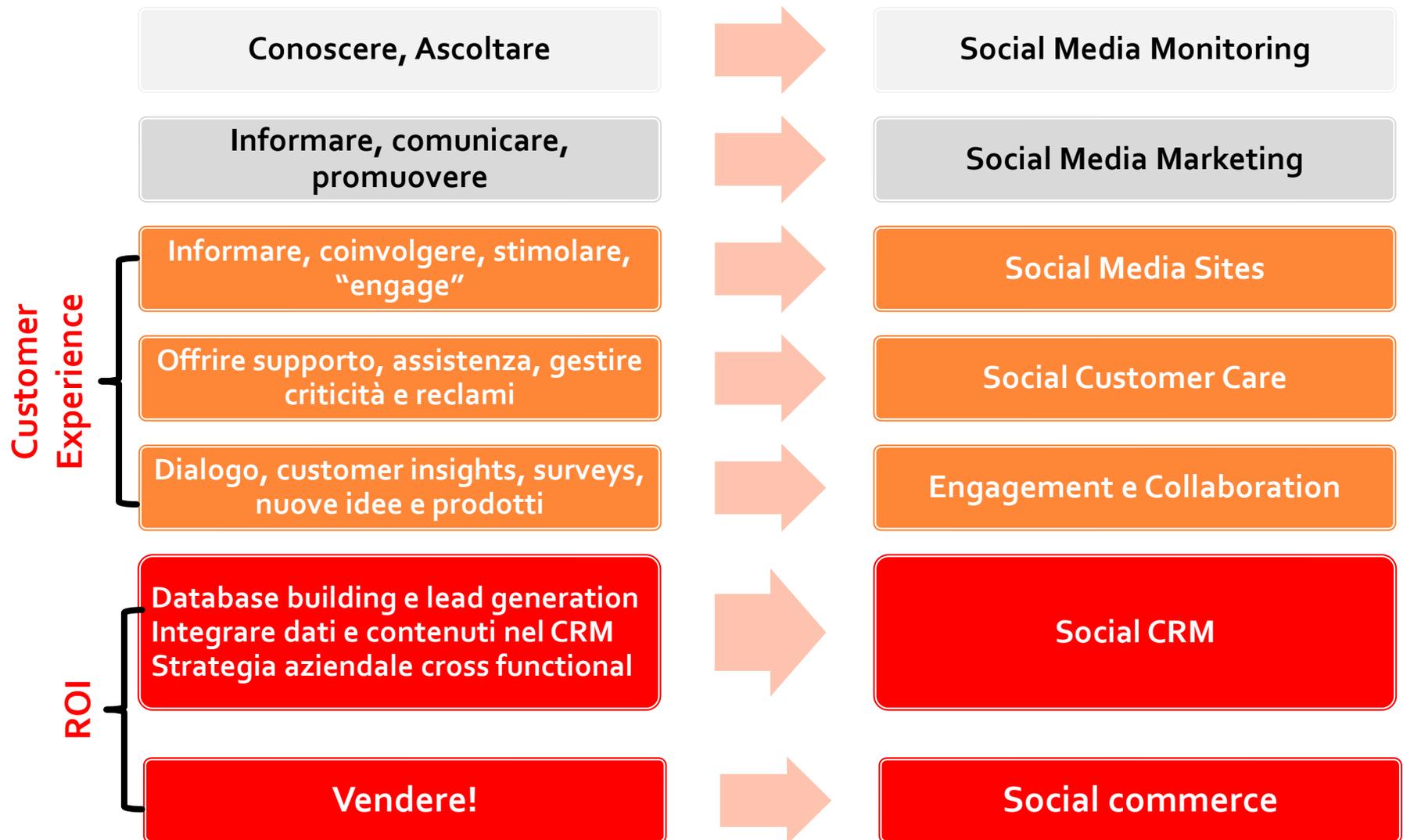


Ma è anche una **strategia di business** per **informare e coinvolgere** i propri clienti, **comunicare e rispondere** direttamente, **chiedere la loro opinione, ottenere dati e informazioni, offrire supporto**



Social CRM

L'evoluzione

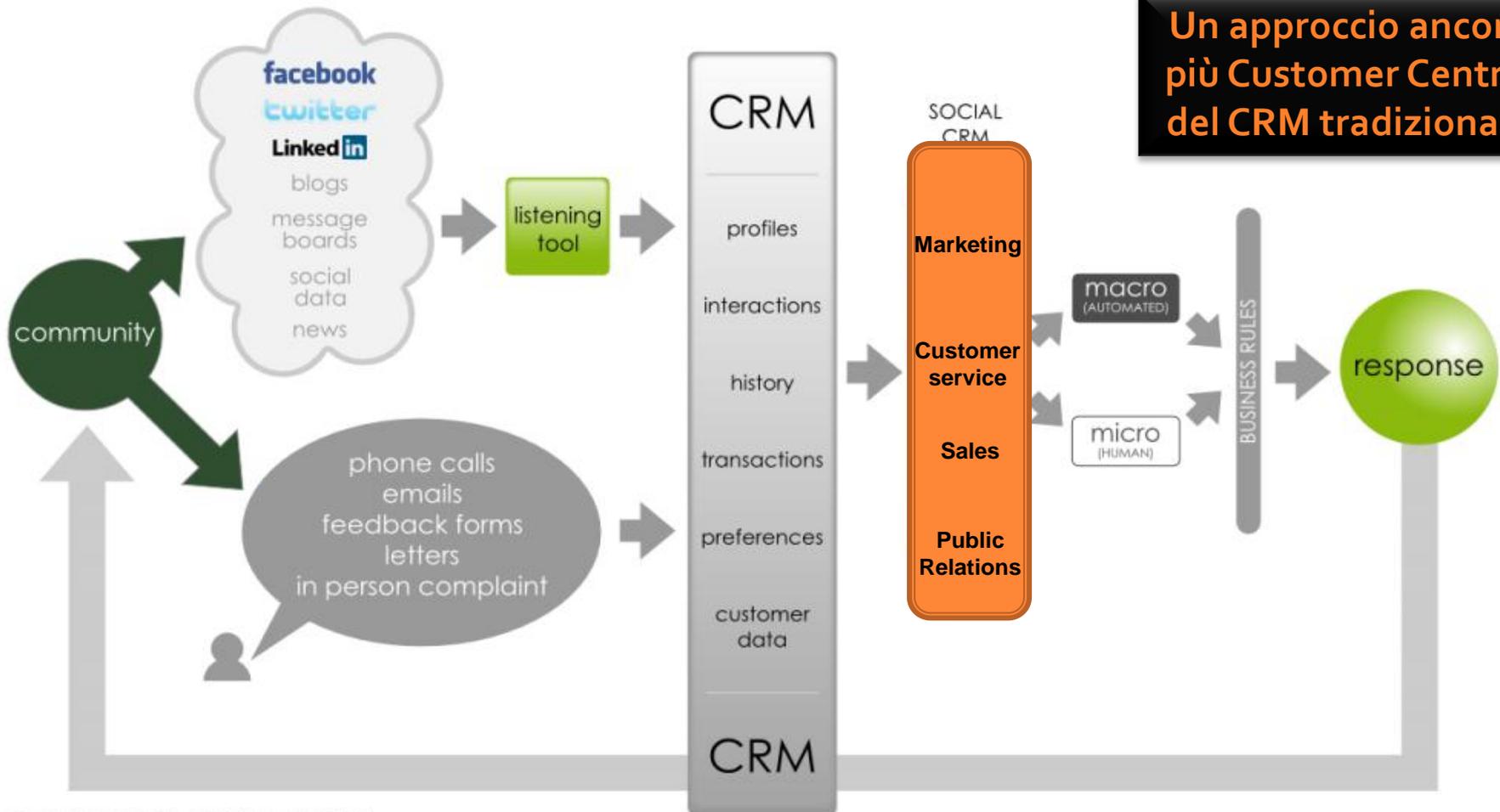


CRM Tradizionale e Social CRM

Il processo



Social CRM Process



Un approccio ancora più Customer Centric del CRM tradizionale

CRM Tradizionale e Social CRM

Ma...

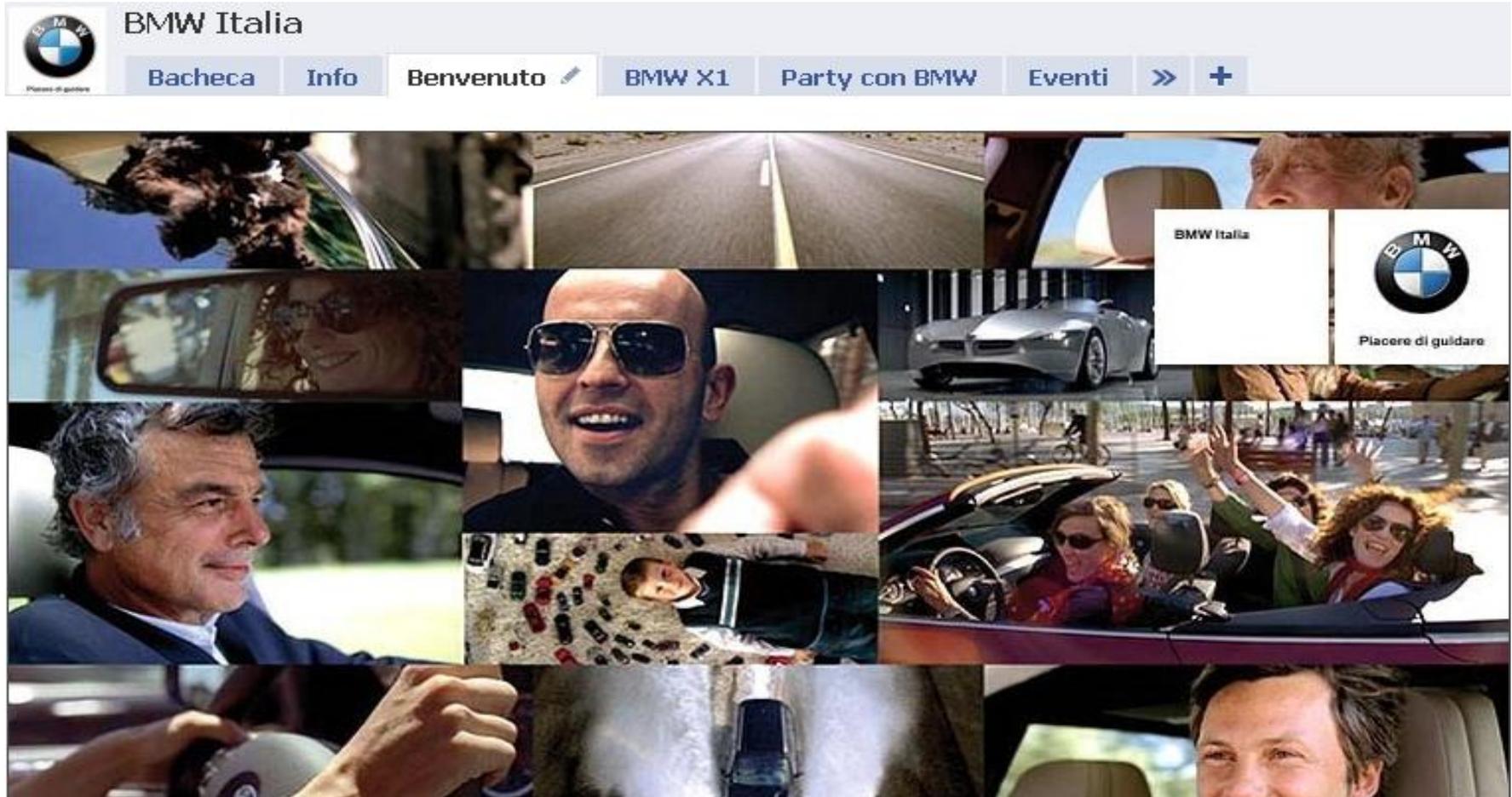


... Un approccio maturo di Social CRM comporta che le aziende siano ancora più Customer Centric di quanto richiesto dal CRM tradizionale



- Tutti i processi e le funzioni aziendali dovrebbero essere allineate per gestire conversazioni, dati, informazioni e clienti coerentemente e in tempo reale
- Tutti i sistemi tecnologici (CRM, Customer Service, Web, gestionale etc.) dovrebbero consentire di avere una visione del cliente a 360°
- Marketing, Contact Center e Vendite dovrebbero essere in grado di formulare azioni, campagne e proposte in tempo reale

BMW e il social CRM: Facebook



A fine 2009 BMW Group Italia apre un profilo su Facebook per i 3 brand del Gruppo: BMW, BMW Motorrad, MINI

BMW e il social CRM : Facebook



OBIETTIVI

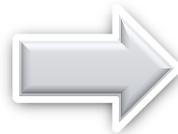
- **Creare una pagina ufficiale “controllata” da ogni brand, per comunicare Prodotti, Iniziative, Eventi**
 - ⇒ una vetrina delle attività online
- **Offrire uno spazio agli appassionati del mondo BMW in cui conversare e scambiarsi informazioni e opinioni, stimolati e “controllati” dal brand**
 - ⇒ community & engagement
- **Generare nuovi clienti**
 - ⇒ lead Generation
- **Fidelizzare e migliorare la customer experience di quelli esistenti**
 - ⇒ qualificare i clienti fans
 - ⇒ engagement & relazione

BMW e il social CRM : Facebook



■ I contenuti della pagina ufficiale e molti dei contenuti dei post pubblicati linkano a landing page dedicate o form di registrazione per:

- ⇒ generare traffico
- ⇒ raccogliere dati dei Fan
- ⇒ generare leads
- ⇒ conoscere i propri FAN (clienti e prospect)



Customer experience e Social Network



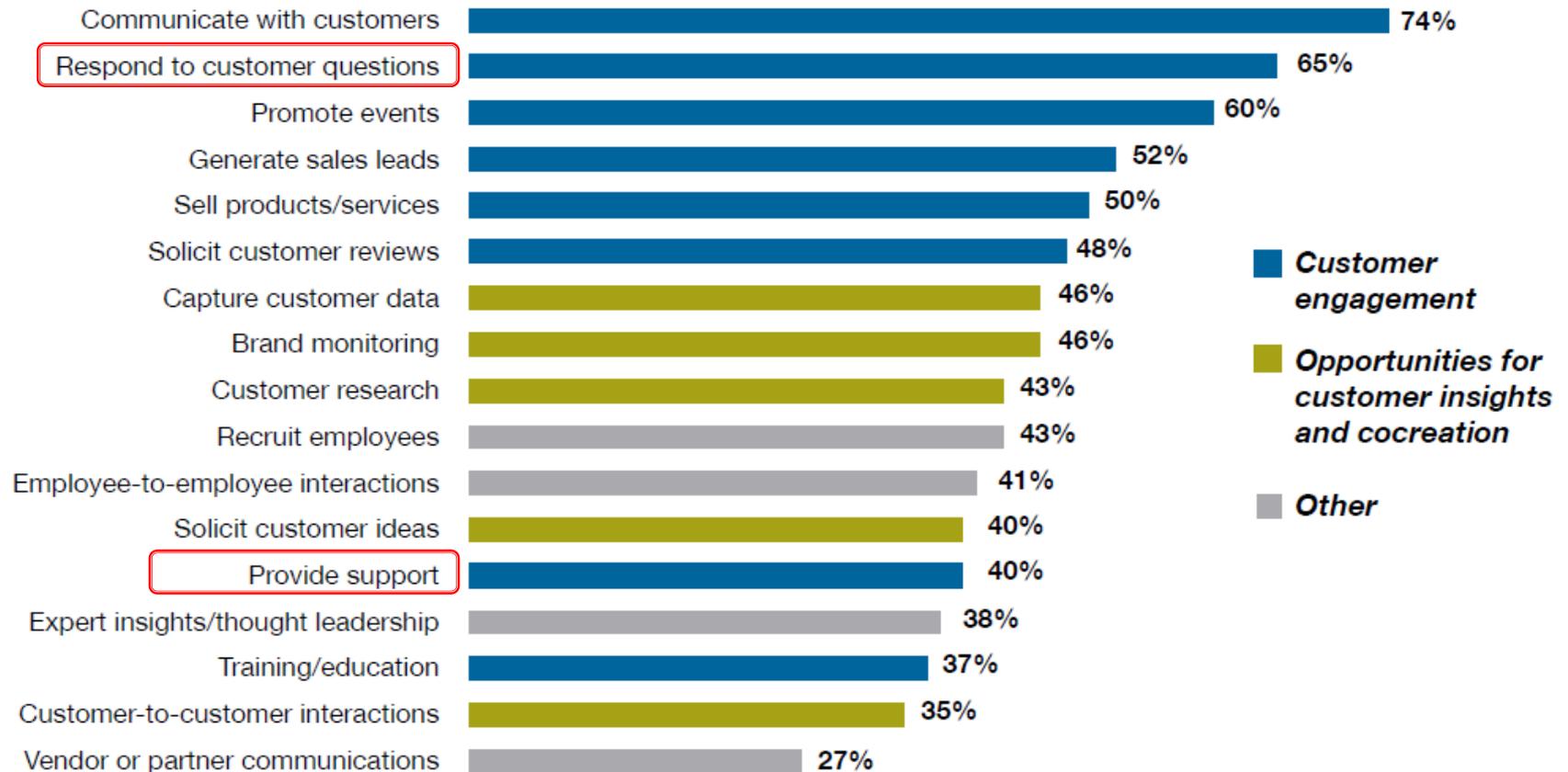
- CRM, Customer experience, Customer Engagement
- Il consumatore e i Social Network
- I social network generano ROI?
- Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI
- **Social Customer Care**

I social networks

Cosa fanno le aziende sui Social Networks



What is your company doing with social media today?



Notes: N=351. Not shown in figure: "I don't know" = 9 percent and "Others" = 2 percent.
Source: IBM Institute for Business Value analysis. CRM Study 2011.

Figure 2: Companies are using social media primarily for customer engagement.

Il Social Customer care

Quali argomenti



Concorsi

Mamma Alitalia ... ma l'email del coupon per il concorso quando l'avete inviata ? io non ho ricevuto niente e non sapendo niente proprio stamattina ho fatto una prenotazione ... mi si storcono un po le sopracciglia ...

Mi piace · Commenta · 6 ore fa ·

In ogni caso avresti dovuto aspettare domani per utilizzarlo. 30 novembre

6 ore fa · Mi piace



Alitalia Ciao le e-mail con il codice e-Coupon sono state inviate ieri 28 novembre. Alitalia Facebook Team - Luca

6 ore fa · Mi piace

Tariffe

Quindi vi sottopongo questa domanda visto che non ho ancora capito la risposta rileggendo i vecchi post e le varie risposte...e siccome c'è del personale 3 vi chiedo....:

E' possibile per chi ha attualmente un contratto top 400 o top 6 pro con iphone 3gs passare a iphone 4s senza cambiare numero e possibilmente anche con la medesima tariffa?

Grazie

Mi piace · Commenta · 7 ore fa ·



3 Italia Ciao , per un'assistenza puntuale – anche su Facebook - ti invitiamo a compilare il form "Social Care 3" che trovi qui https://www.facebook.com/3Italia?sk=app_279068282108012 inviaci i tuoi dati, le info di cui hai bisogno con richiesta di assistenza. Sarai contattato al più presto !

Promozioni

Salve a tutti...volevo una info : vorrei cambiare il mio numero di cel, voglio disattivare il numero vecchio e avere uno nuovo..ma dato che ho la tim young e la tim per tutti..non si possono passare sul numero nuovo gratis?...e poi se perdo tutto quello che avevo sul numero vecchio..ci sono promozioni sul numero nuovo?...pagherò i costi dell'attivazione delle promozioni che avevo sul vecchio?. fatemi sapere . . .

Mi piace · Commenta · 8 ore fa ·



TIM Ciao , andiamo per ordine :-)) 1-Non si possono trasferire tutte le opzioni sulla tua nuova sim, uova utenza nuove promo! 2-Sulla nuova sim ci sono tutte le opzioni che vuoi per i NUovi clienti! 3- quasi tutte le opzioni per i nuovi clienti non prevedono costi di attivazione. Siamo stati convincenti?

7 ore fa · Mi piace

Informazioni

Buon pomeriggio, vorrei sapere se è possibile cambiare filiale mantenendo lo stesso numero di conto e tutti i rapporti ad esso collegati (deposito titoli, carte di credito, addebito utenze, accredito stipendio). Grazie per l'attenzione.

Mi piace · Commenta · 8 ore fa ·



Intesa Sanpaolo Servizio Clienti Ciao , Per trasferire il tuo conto corrente e i servizi bancari collegati da una filiale all'altra del Gruppo è necessario estinguere i rapporti in essere presso la precedente agenzia e aprirne di nuovi. Le coordinate bancarie subiram...

Visualizza altro

8 ore fa · Mi piace · 1

SATISFACTION - Alitalia: customer care e gradimento



- STRATEGIA Alitalia nel periodo considerato ha risposto a circa **3.000** post dei propri fan.
- GRADIMENTO .. ricevendo mediamente **81** like a post
- CUSTOMER SERVICE Il brand è attivo anche al di fuori dei normali orari di servizio al cliente
- GUIDELINES Non si esplicitano con chiarezza guidelines del servizio

Periodo: Sett. 2011-nov. 2011

Fonte: Blogmeter

Post recenti di altri



Filippo Meli

Signori scusate sono passati sei mesi ma ancora della mia card Millemiglia nessuna notizia. Ho inviato messaggi, telefonate, mailqualcuno può aiutarmi!!

Mi piace · Commenta · circa un'ora fa



Alitalia Ciao Filippo, hai già volato con noi? Con il primo volo si attiva la tessera e poi viene inviata! Ci puoi dare il 1 ed il 3 numero?

Alitalia Facebook Team - Carlotta

51 minuti fa · Mi piace

Risposta dopo 9 minuti!

Scrivi un commento...



Leo Fascione

come millemiglia young si guadagna il 50% in piu' su tutti i voli AZ. Volando con volo AZ in business operato da Delta (es. AZ7603 JFK-MXP in codeshare) ottengo lo stesso il 50% in piu' delle miglia? Ovvero 4009 Miles * 300% + 150% (MilleMiglia Young Bonus) = 18040 miglia? Grazie!

Mi piace · Commenta · circa un'ora fa



Alitalia Ciao Leo, il Millemiglia Young è una promozione valida esclusivamente sui voli operati da Alitalia. Alitalia Facebook Team - Carlotta

34 minuti fa · Mi piace



Leo Fascione Grazie! Comunque volando in business sul AZ7603 dovrei guadagnare il 300% delle miglia o le miglia previste da Delta per la business? In per l'accumulo miglia dipende da chi opera il volo o dal codice del volo?

24 minuti fa · Mi piace



Edoardo Timò Carlotta mi spiace ma ti devo correggere.

La promozione Millemiglia Young è valida se il biglietto è emesso da Alitalia, codice 055.

23 minuti fa · Mi piace

Scrivi un commento...

Il Social Customer care

Quali argomenti



Piacere di guidare

Ma anche reclami

Come gestirli

- ➔ Coinvolgere il Customer Care
- ➔ Rispondere sempre e subito
- ➔ I panni sporchi si lavano in pubblico
- ➔ O in privato, ma postando comunque una risposta
- ➔ Dare spiegazioni, non giustificazioni

Post recenti di altri



Paolo Cancaro-Edicola

Non è rispettoso per la vostra fama di ditta seria e pluridecorata.. prendere in giro un decennale cliente BMW che fa un legale e regolare contratto alla BMW GIPICAR di caltanissetta e dopo tre mesi che aspetta la sua nuova serie 3.. gli vien detto che la macchina non è stata ordinata e non può essere consegnata per difficoltà economiche (tralaltro per puro caso per scadenza di consegna al 15/4/12 la bmw non ha fatto nessuna comunicazione in merito alla consegna) Al chè si propone dopo ovvie lamentele la risoluzione del contratto!!!! da parte della Filiale GIPICAR la quale non ha i soldi per restituire la caparra confirmatoria al cliente..... COMPLIMENTI BMW

Mi piace · Commenta · 3 ore fa



Nicola Berti Azz.....pure Caltanissetta, ho sentito che il concessionario di Palermo sta chiudendo.....giuridicamente parlando BMW Italia non è responsabile se il concessionario si è intascato i soldi però magari se provi a contattarli in privato trovano una soluzione, magari ti fanno ritirare l'auto in un altro concessionario con uno sconto extra....io proverei a sentire

3 ore fa tramite cellulare · Mi piace



Mirella Faro Continuando così in Sicilia nn ci saranno più concessionarie BMW.....

3 ore fa tramite cellulare · Mi piace



Nicola Berti (tra l'altro se di caparra confirmatoria si tratta va restituita doppia)

3 ore fa tramite cellulare · Mi piace



Paolo Cancaro-Edicola infatti si sta effettuando il decreto ingiuntivo immediato...

3 ore fa · Mi piace · 📌 1



Paolo Cancaro-Edicola sapete per caso catania in che situazione è?

3 ore fa · Mi piace



Mirella Faro Male!!!!!!!

3 ore fa tramite cellulare · Mi piace



Mirella Faro Meglio Messina o Ragusa!!!!!!!

3 ore fa tramite cellulare · Mi piace



Paolo Cancaro-Edicola quindi se si trova una soluzione di spostamento del contratto messina e ragusa sono le piu affidabili?

3 ore fa · Mi piace



Mirella Faro Diciamo di si però vista la situazione nn so che dire

2 ore fa tramite cellulare · Mi piace

Il Social Customer care

Anche su twitter

Webank **it**

The screenshot shows a Twitter profile for 'SocialCustomerCare'. The profile header includes the name, a public list description, and statistics: 3 members and 152 subscribers. A 'Sottoscrivi' button is visible. Below the header are links for 'Tweet', 'Membri della lista', and 'Lista degli iscritti'. A section titled 'Membri aggiunti di recente' lists three users: Gianpaolo, Daniela, and Valeria, each with a 'Segui' button. Another section shows 'Altre liste da @Webank' with a link to 'SocialCustomerCare'. The footer contains the Twitter logo and copyright information: © 2012 Twitter. The main content area displays a list of tweets from the same three users, with timestamps ranging from 2h to 17 Apr.

Home Connetti Scopri Ricerca

SocialCustomerCare

Una lista pubblica di Webank

Il customer care di Webank sui social media.

3 MEMBRI 152 ISCRITTI

Sottoscrivi

Tweet

Membri della lista

Lista degli iscritti

Membri aggiunti di recente · Visualizza tutto

- Gianpaolo @Webank_Gianpaol Segui
- Daniela @Webank_Daniela Segui
- Valeria @Webank_Valeria Segui

Altre liste da @Webank · Visualizza tutto

SocialCustomerCare

twitter

© 2012 Twitter Chi siamo Aiuto
Termini di servizio Privacy Blog Stato App
Risorse Lavora con noi Inserzionisti Business

Tweet

- Valeria @Webank_Valeria 2h
Buongiorno a tutti
- Gianpaolo @Webank_Gianpaol 2h
Buongiorno.
- Daniela @Webank_Daniela 15h
Buona serata a tutti! A domani pomeriggio.
- Valeria @Webank_Valeria 20h
Ciao, a domani!
- Gianpaolo @Webank_Gianpaol 20h
Ciao a domani.
- Daniela @Webank_Daniela 22h
Buon pomeriggio a tutti!
- Gianpaolo @Webank_Gianpaol 17 Apr
Buongiorno.
- Valeria @Webank_Valeria 17 Apr
Buongiorno a tutti!
- Daniela @Webank_Daniela 16 Apr
Buon pomeriggio a tutti a domani!
- Gianpaolo @Webank_Gianpaol 16 Apr
Ciao a domani.

C-Direct Consulting

Contatti



C-DIRECT
Consulting

C-Direct Consulting Srl

Piazza Emilia, 1 - 20129 Milano

Via A. Appiani, 12 - 20121 Milano

Telefono: +(39) 02 36693374

Email: elisa.fontana@cdirectconsulting.it

Web-site: www.cdirectconsulting.it