

# 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?

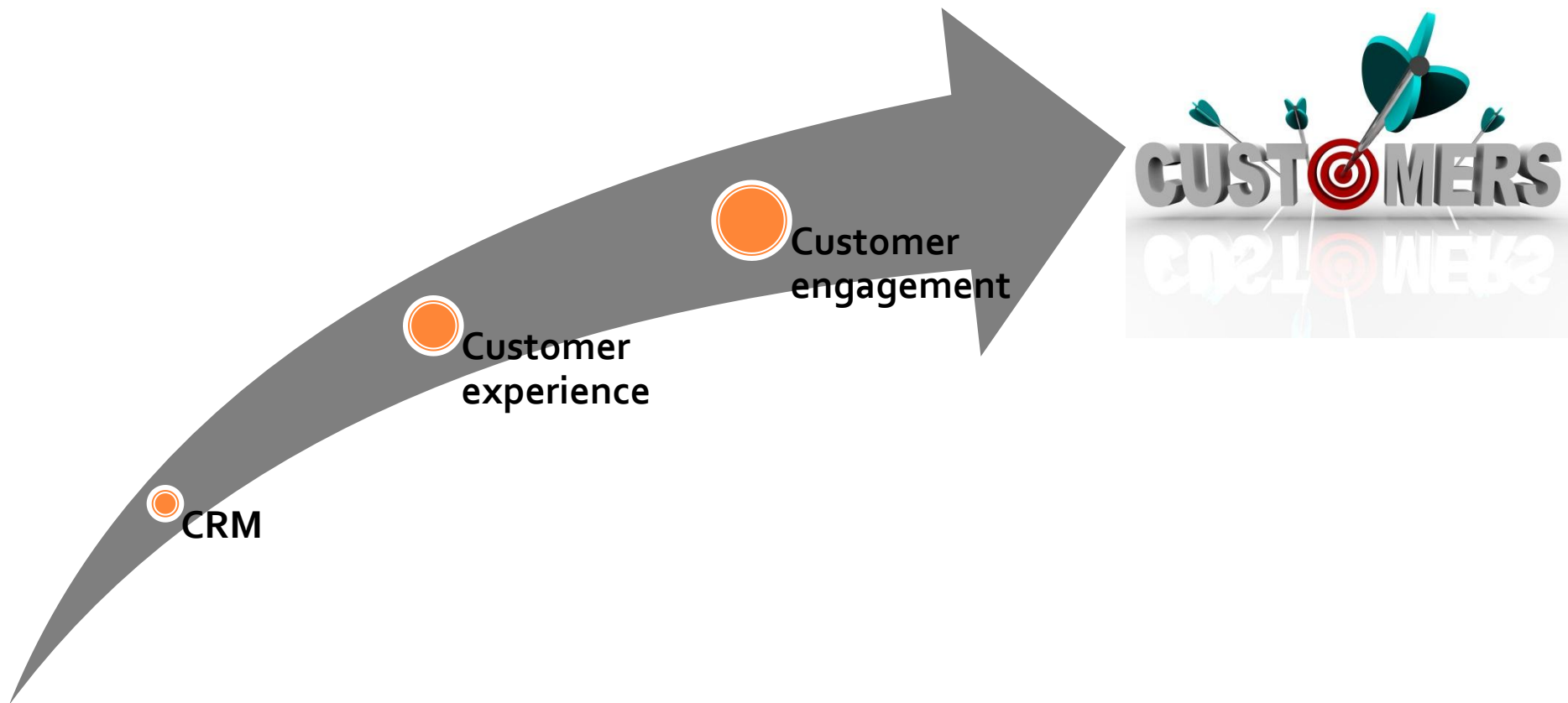


**C'è ancora molta strada da fare nella gestione delle relazioni tra cliente e azienda!**



# CRM, customer experience & engagement

## Le tappe per la centralità del cliente

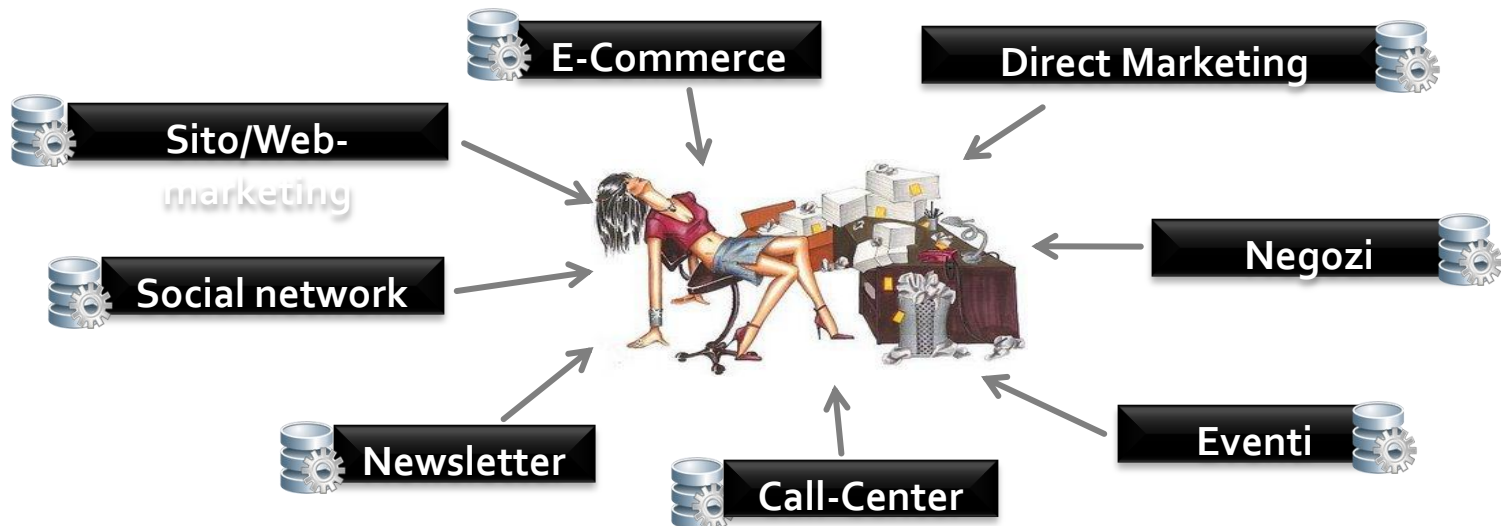


# CRM, customer experience & engagement

## 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

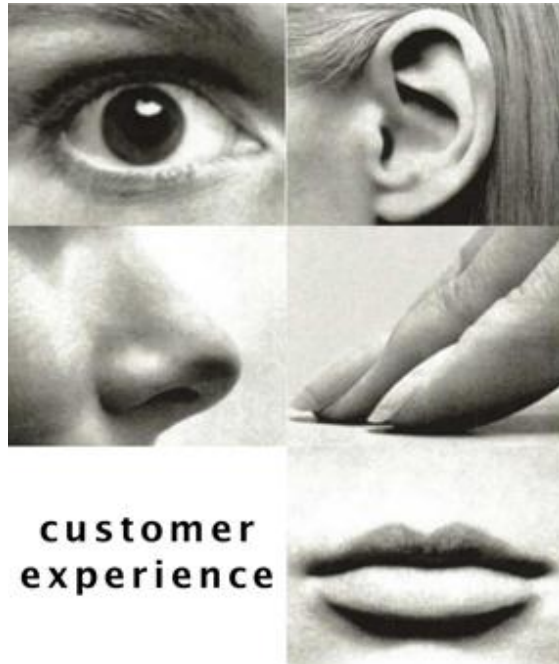


# CRM, customer experience & engagement

## 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



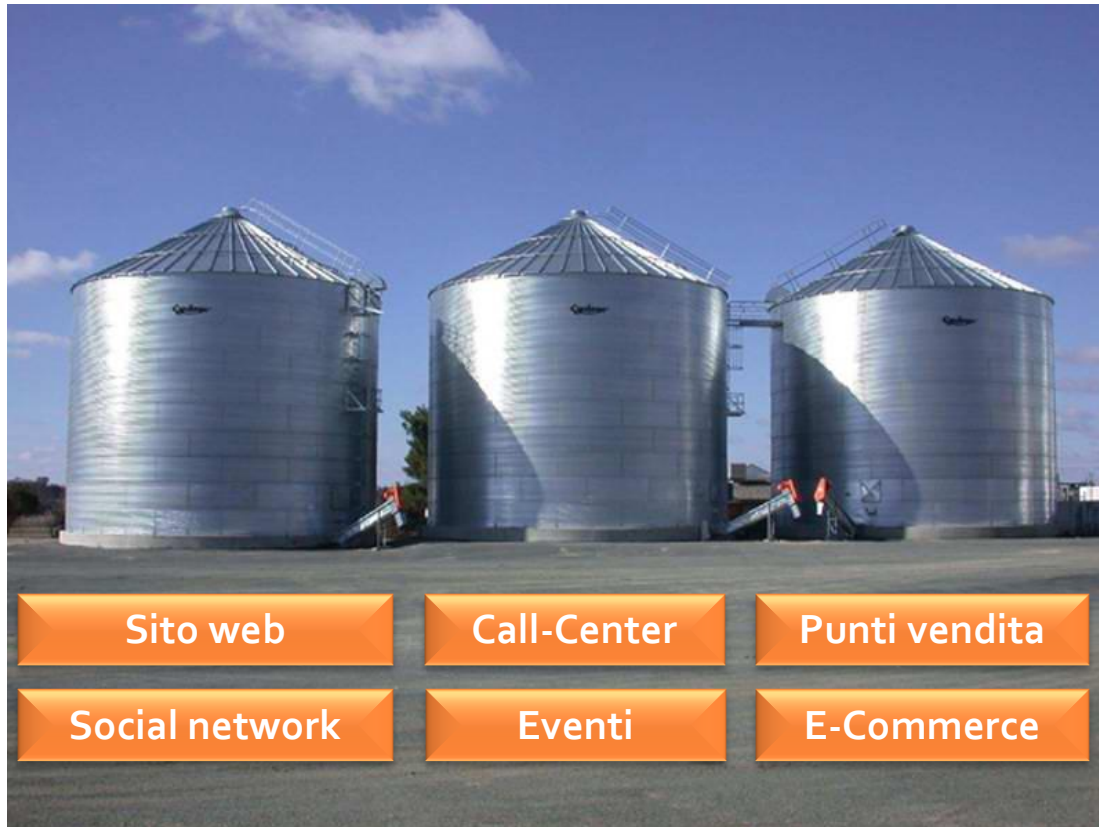
**La customer experience deve essere diffusa e misurata trasversalmente**

# 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



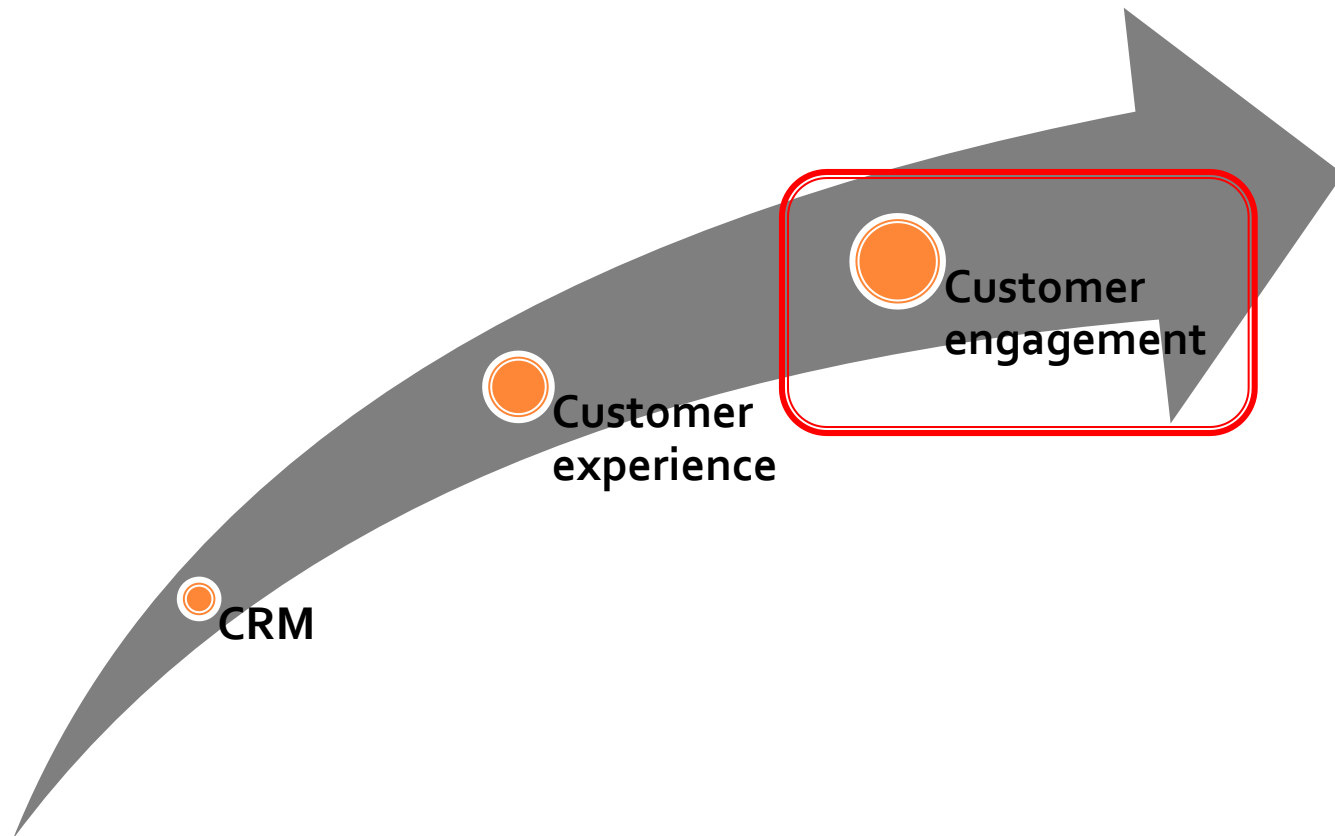
- ad un una logica che faciliti il confluire in un unico ambiente delle varie fonti di informazioni e interazione con la customer base



# 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)*

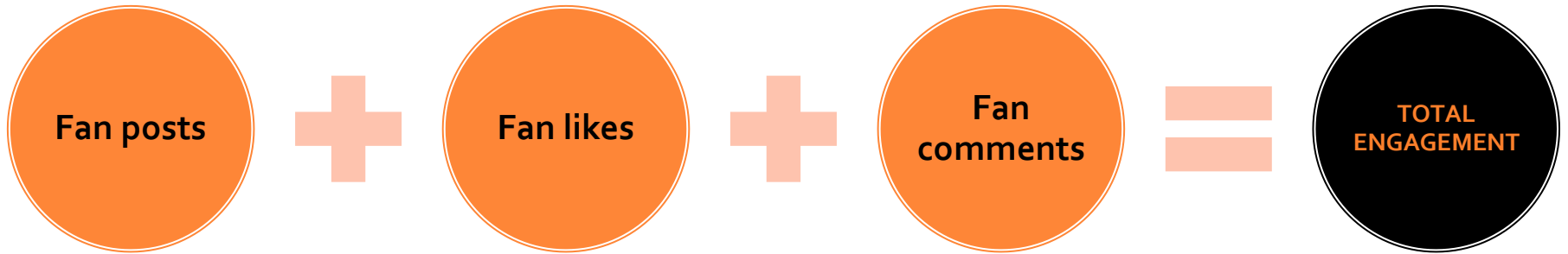


# Customer Experience

## 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

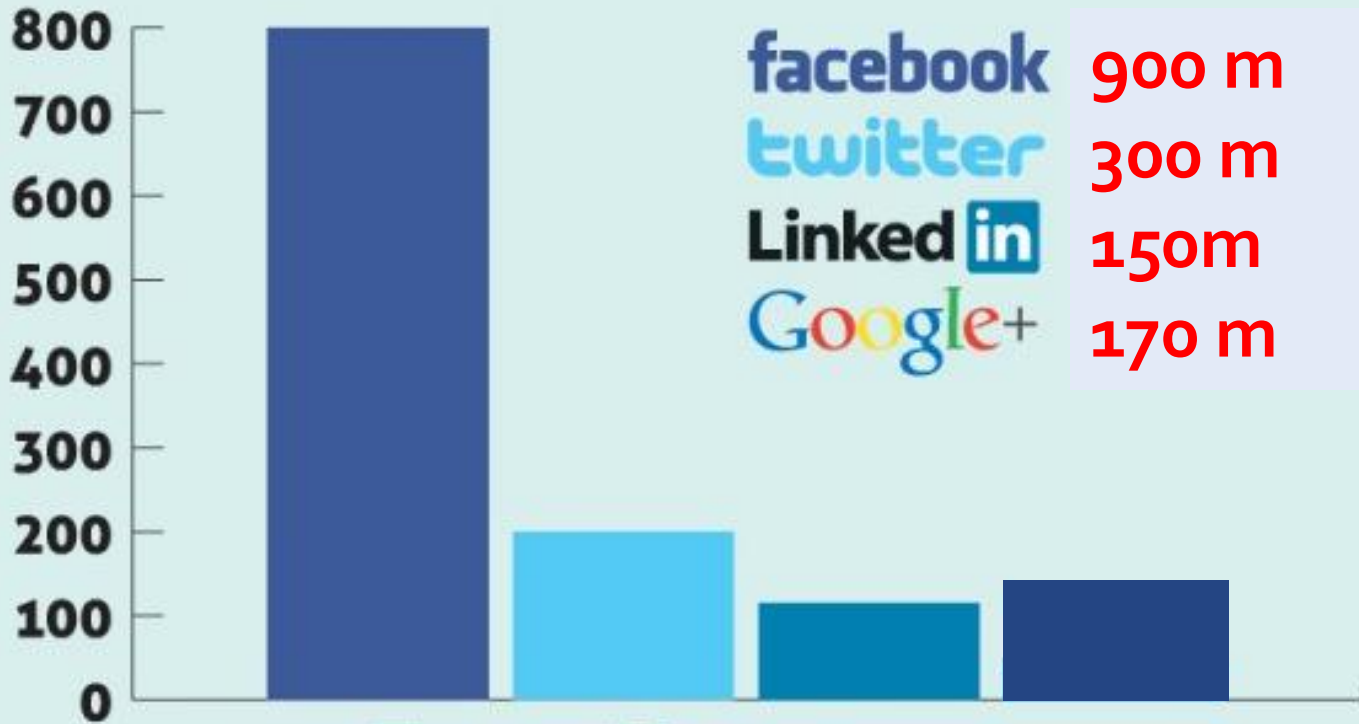


- CRM, Customer experience, Customer Engagement
- **Il consumatore e i Social Network**
- I social network generano ROI?
- Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI
- Social Customer Care



# 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

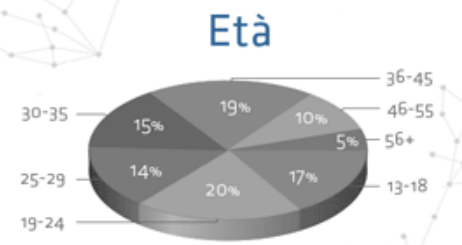
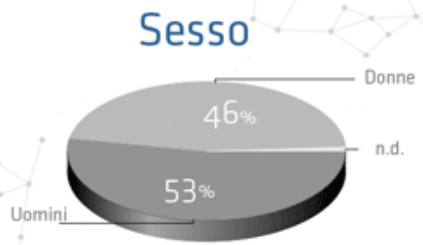
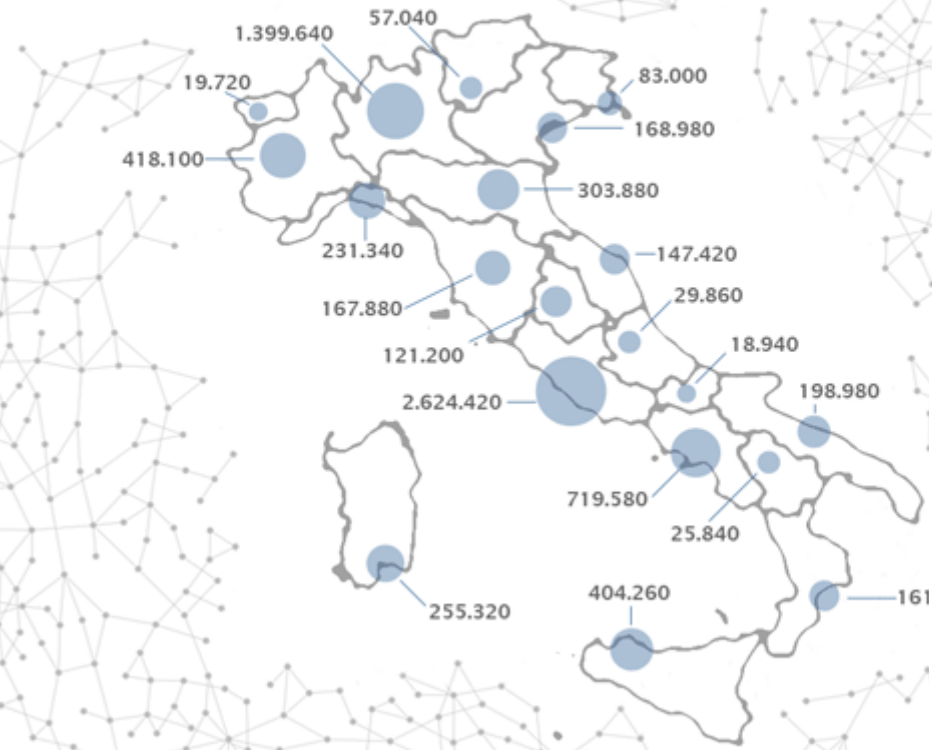


# I social networks

## 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



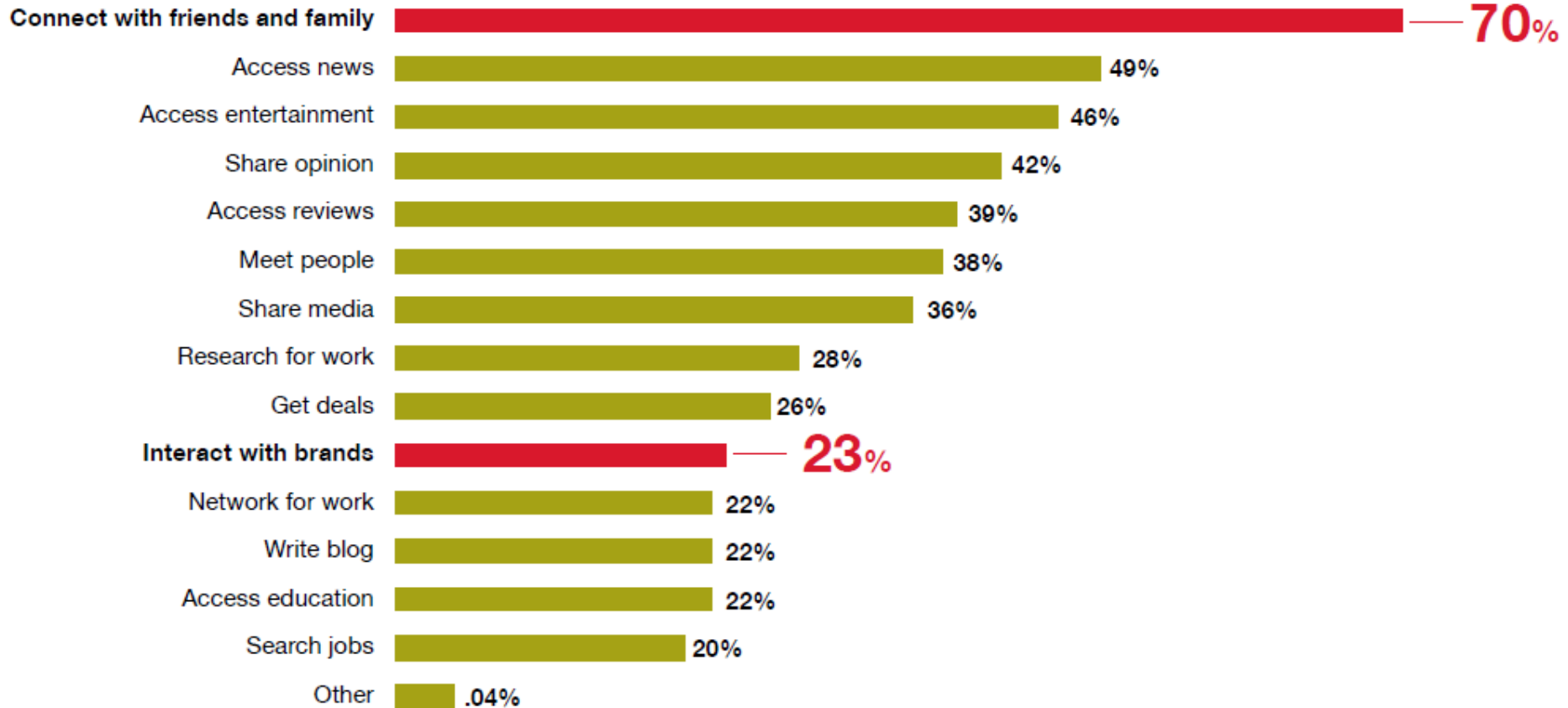
# I social networks

## 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.

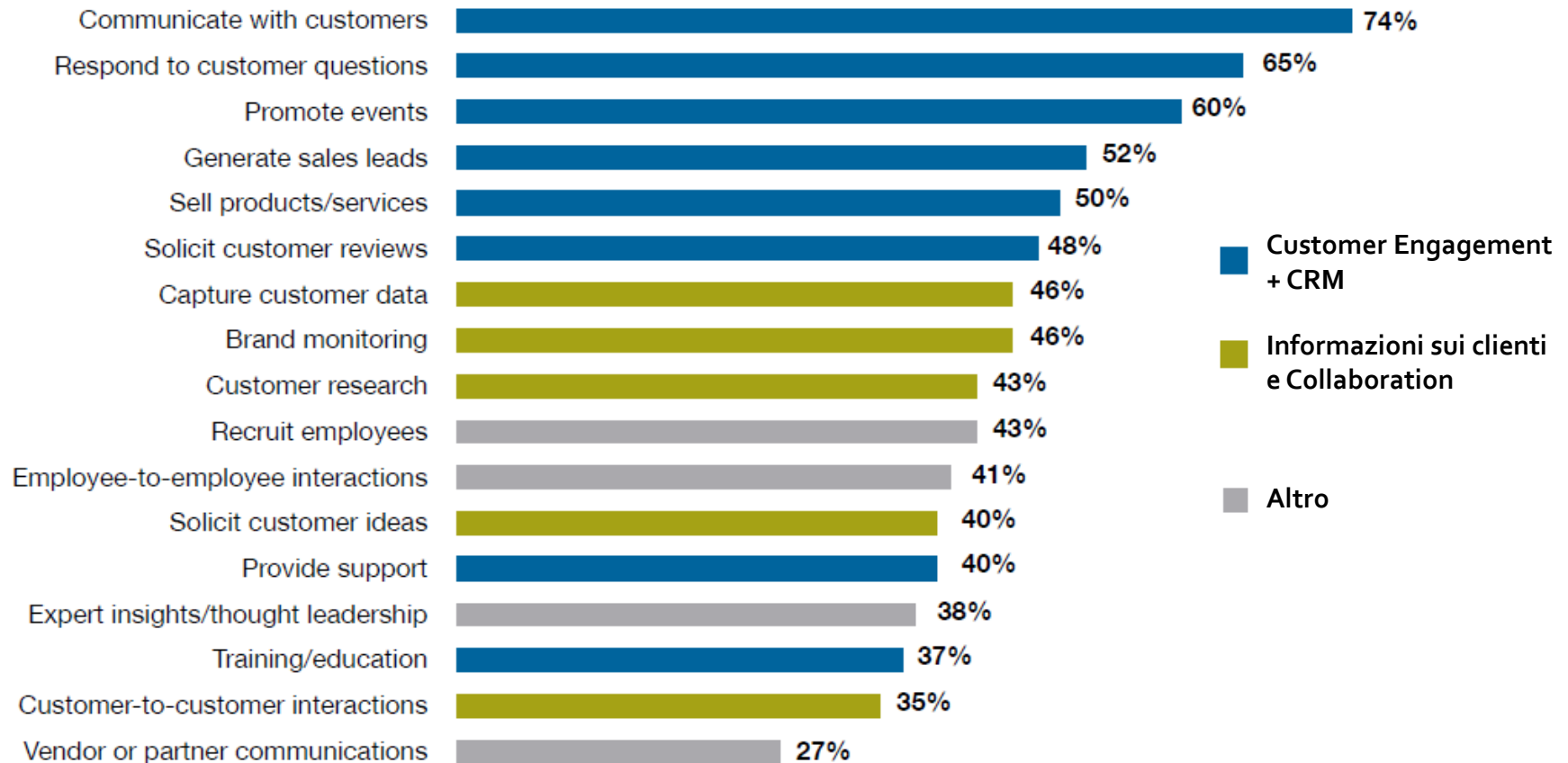
Source: IBM Institute for Business Value analysis. GRM Study 2011.

# 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.

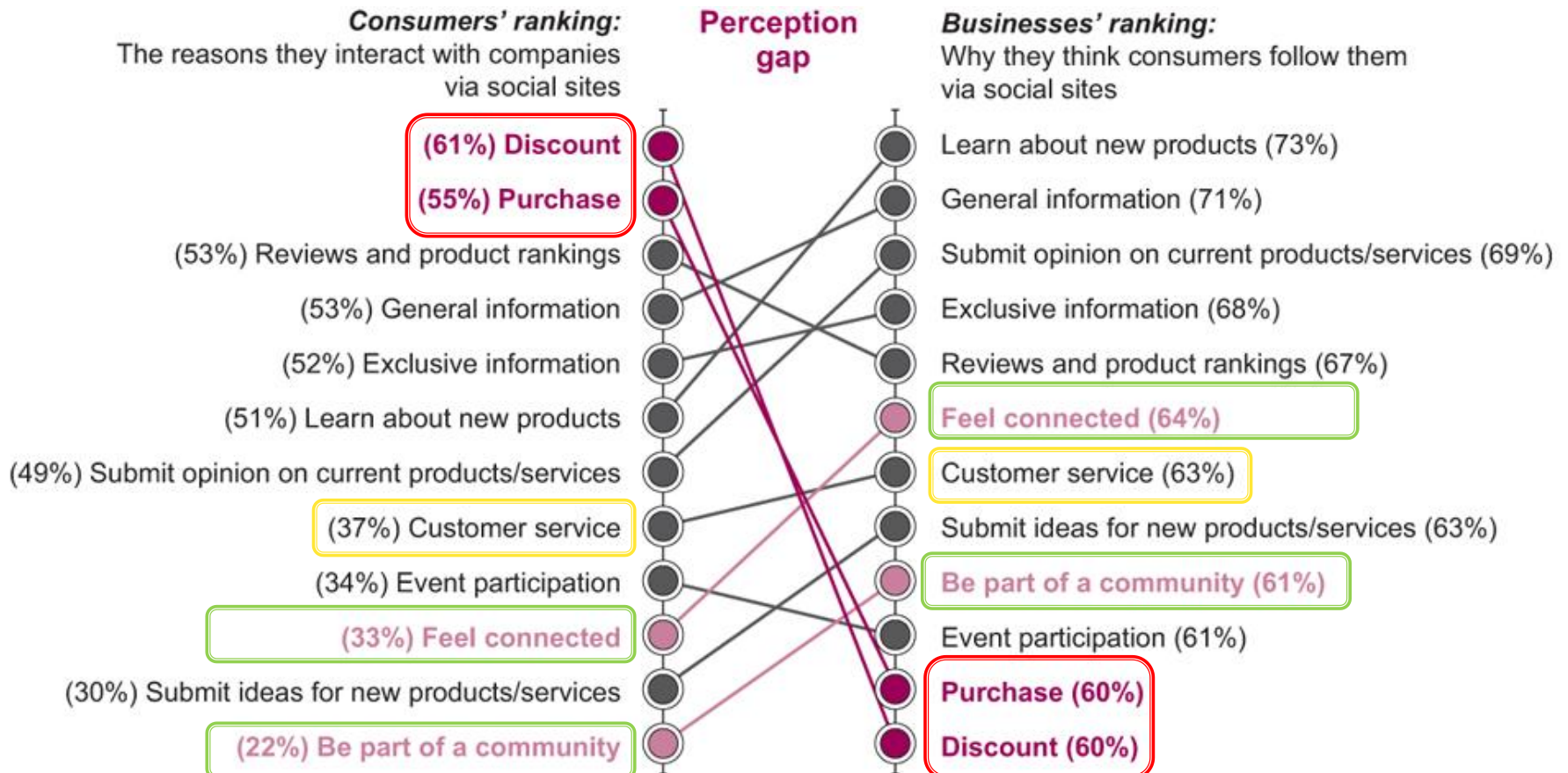
Figure 2: Companies are using social media primarily for customer engagement.

# 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



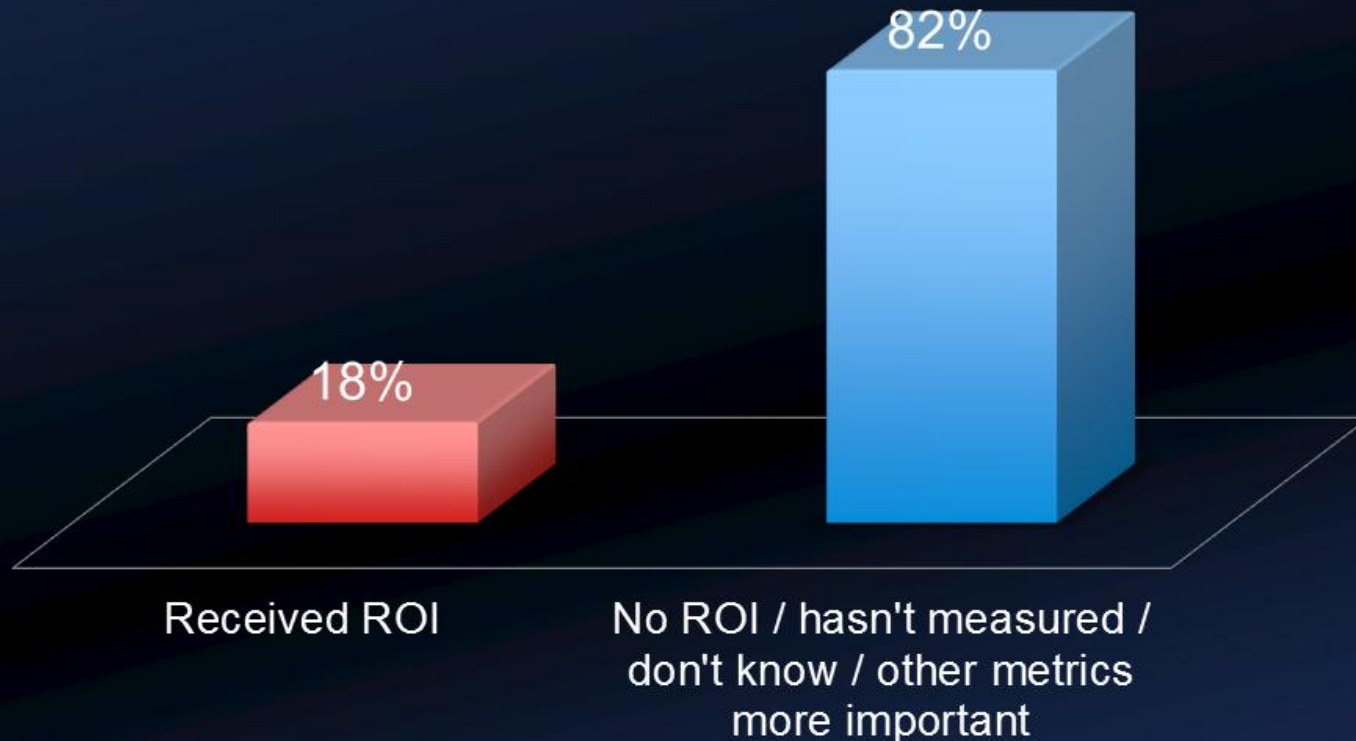
# Social Network

## 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

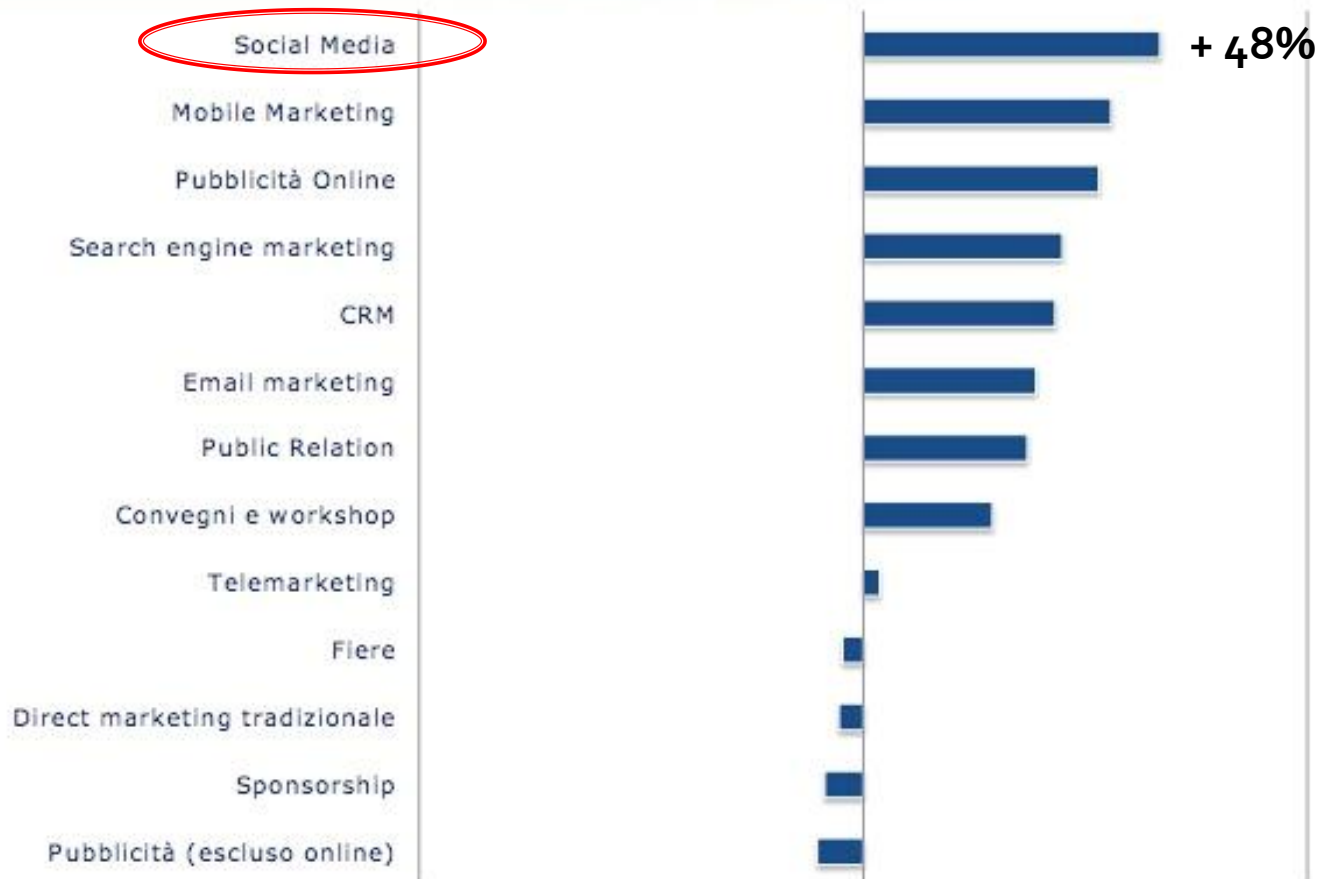


© 2012

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

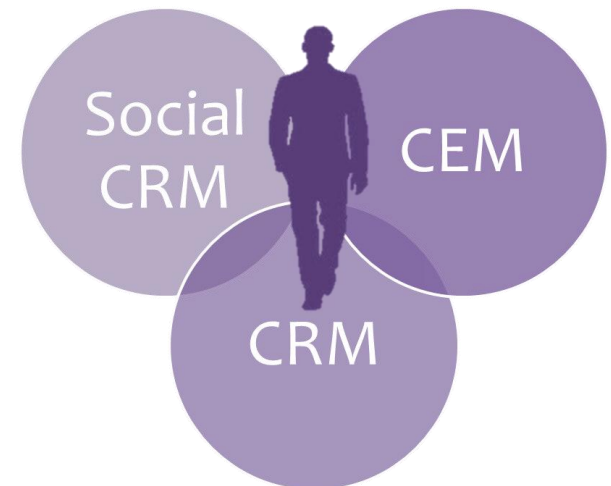


**Social CRM?**

# 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



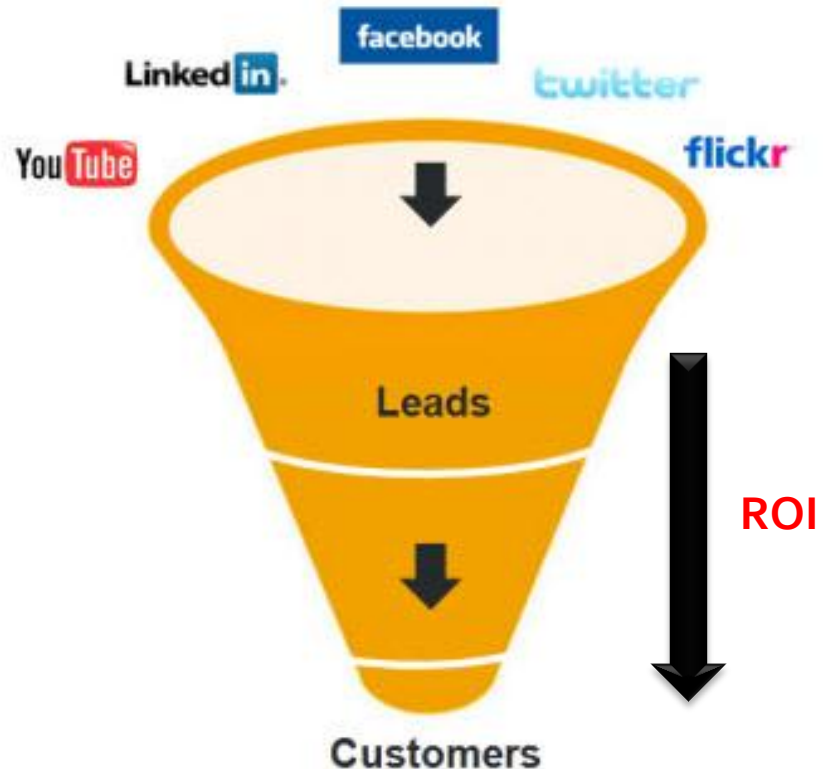
# Social CRM

## 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

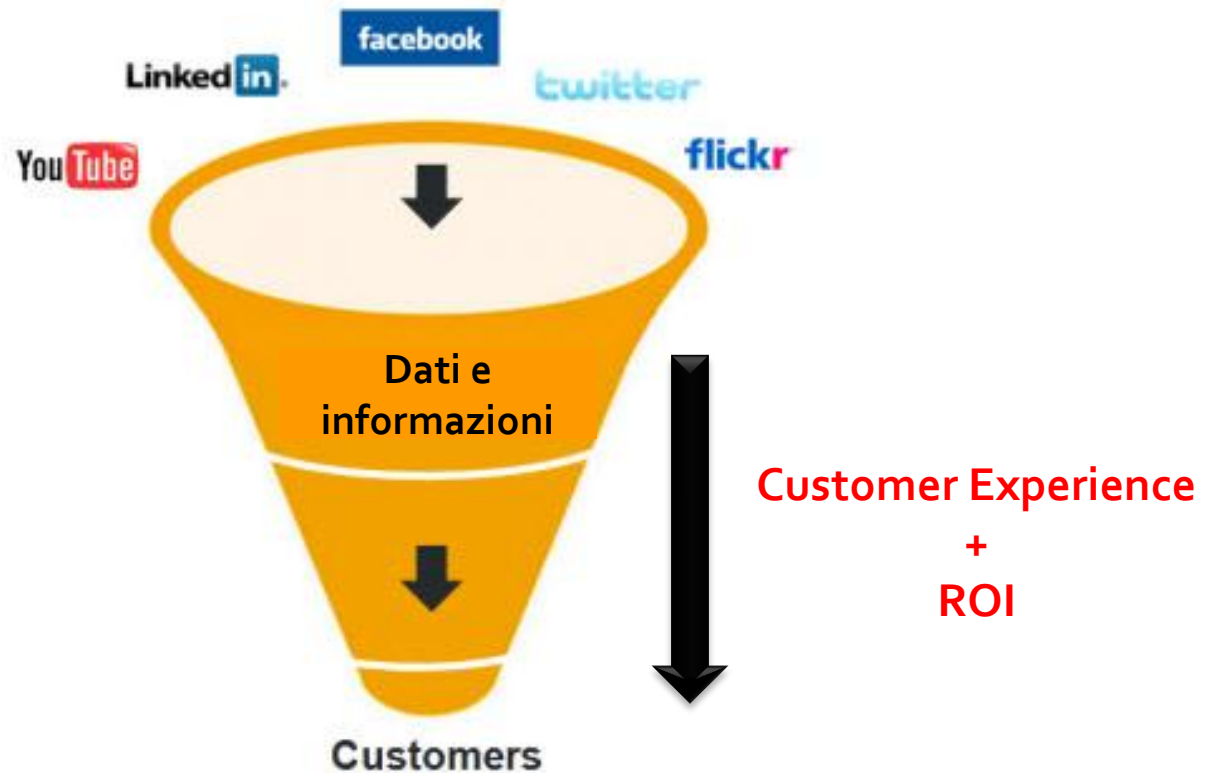


# Social CRM

## Che cos'è

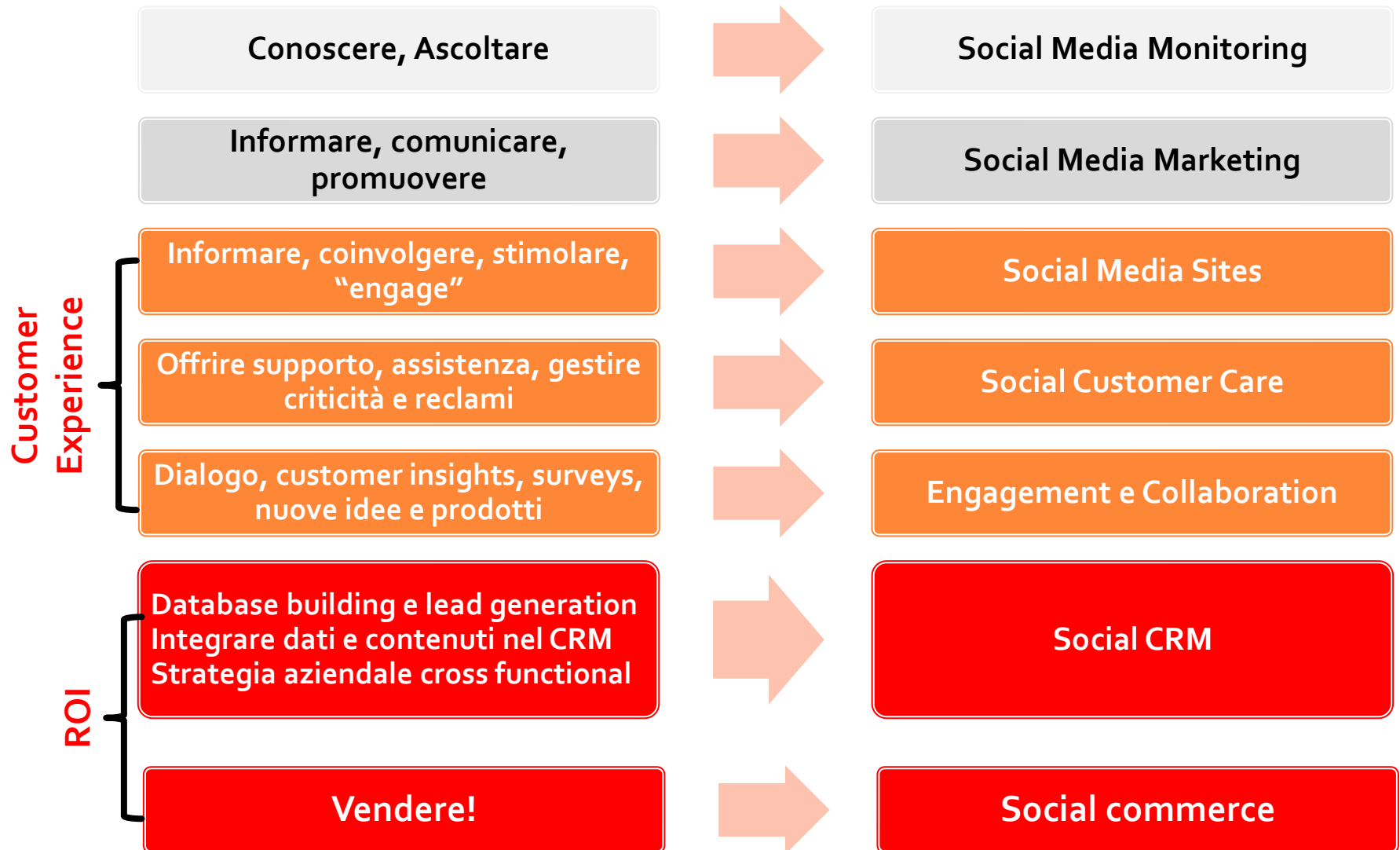


Ma è anche una **strategia di business** per **informare e coinvolgere** i propri clienti, **comunicare e rispondere** direttamente, **chiedere la loro opinione, ottenere dati e informazioni, offrire supporto**



# Social CRM

## L'evoluzione

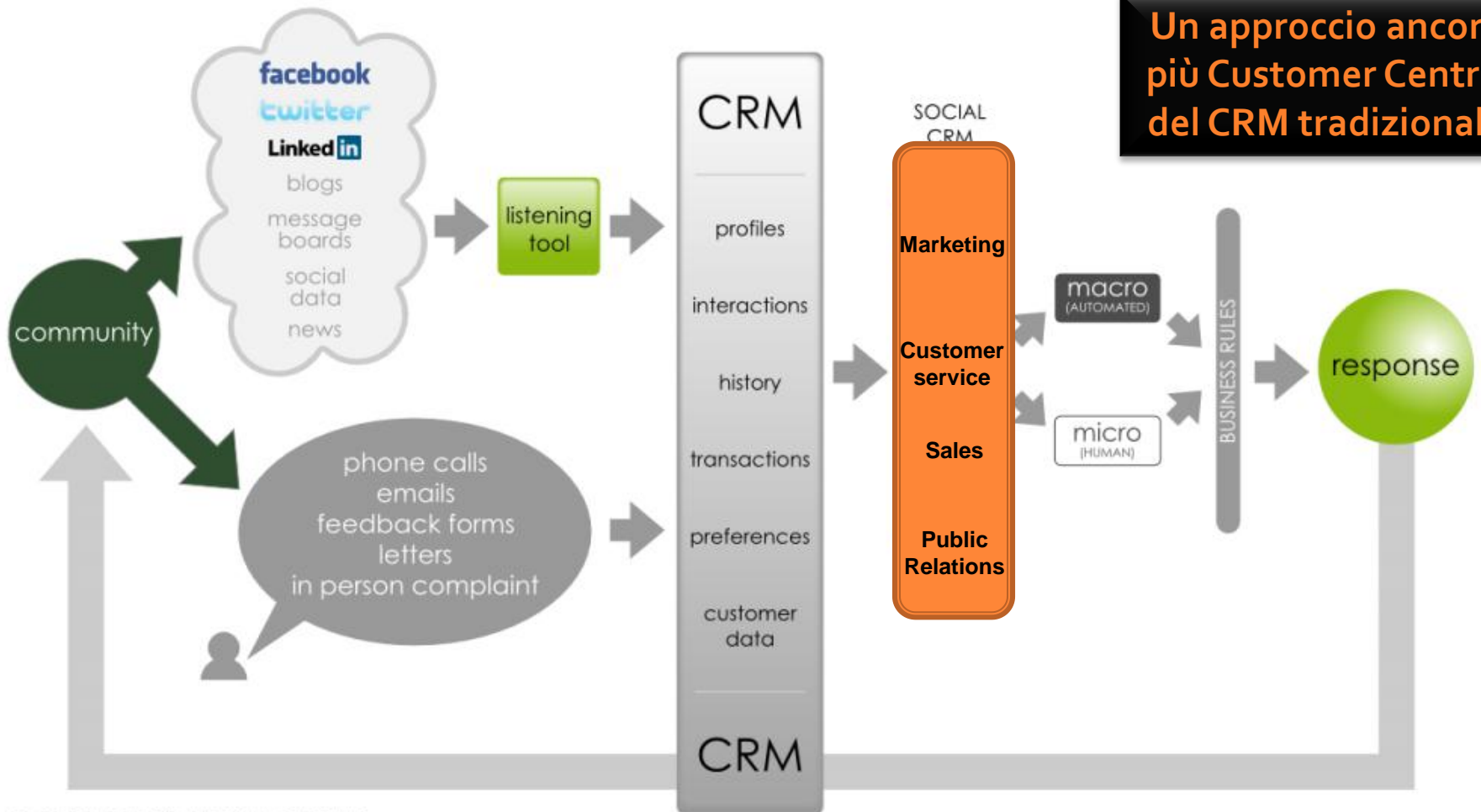


# CRM Tradizionale e Social CRM

## Il processo



### Social CRM Process



Un approccio ancora più Customer Centric del CRM tradizionale



# CRM Tradizionale e Social CRM

Ma...

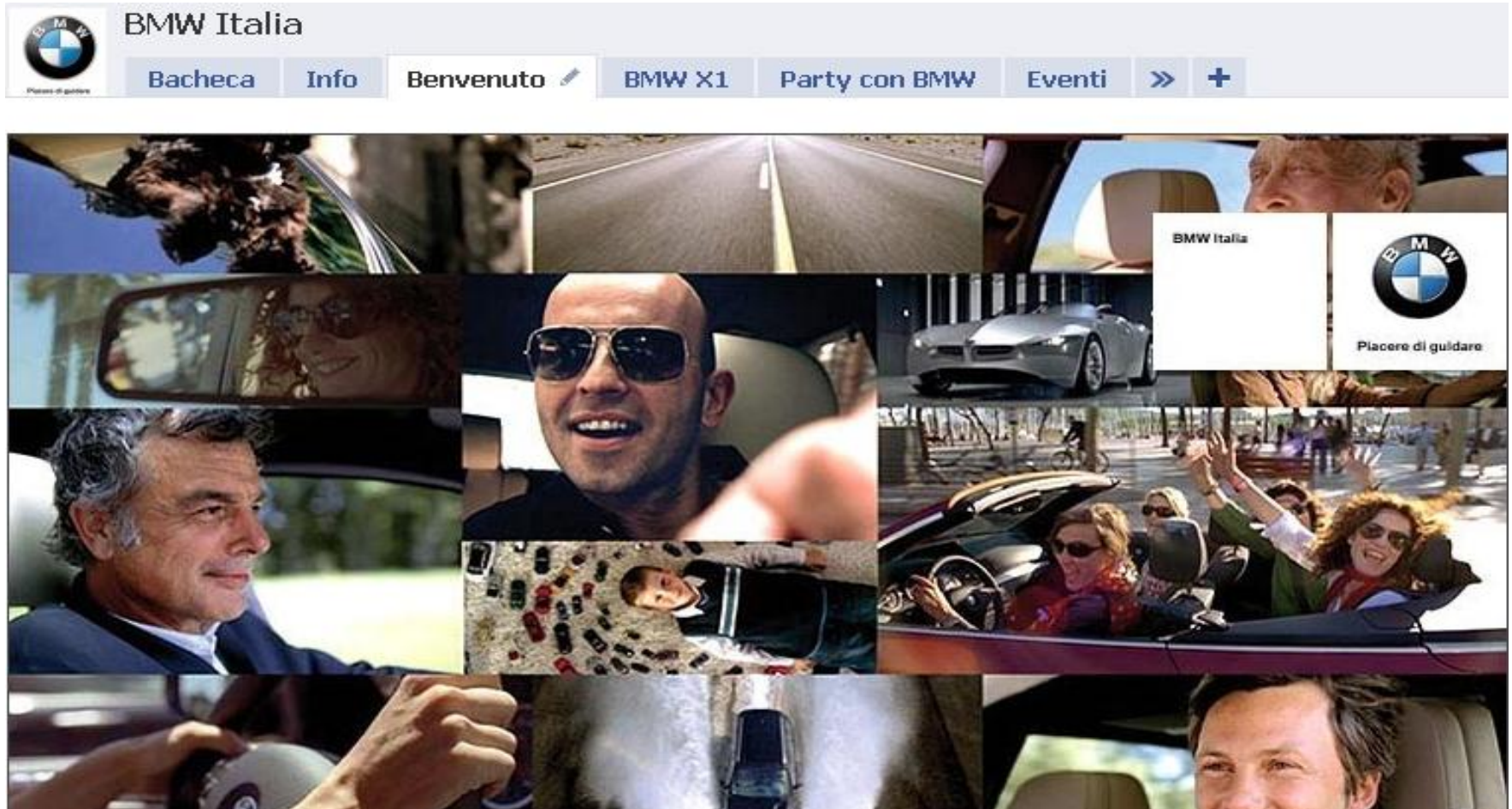


... Un approccio maturo di Social CRM comporta che le aziende siano ancora più Customer Centric di quanto richiesto dal CRM tradizionale



- 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



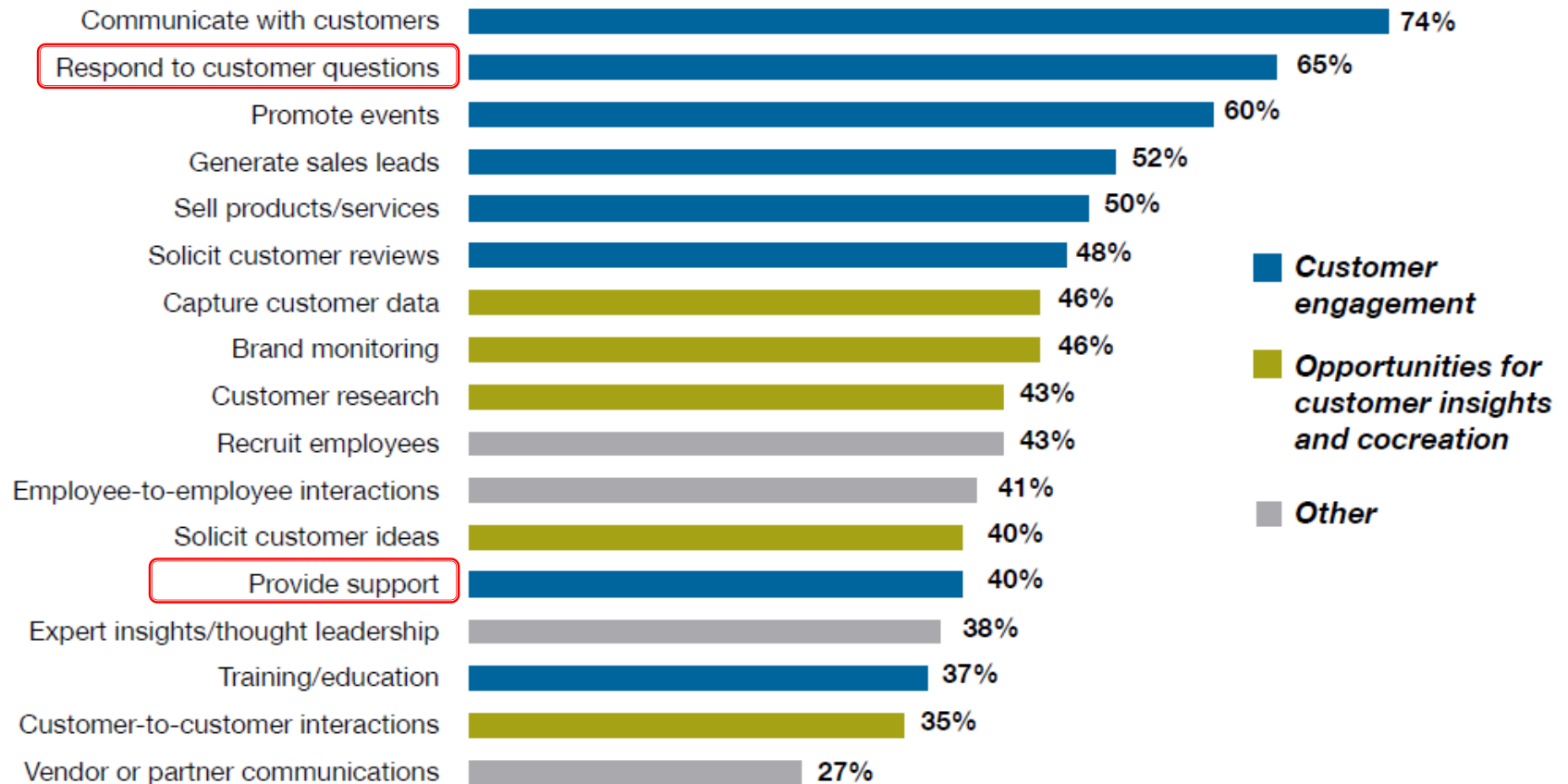
- CRM, Customer experience, Customer Engagement
- Il consumatore e i Social Network
- I social network generano ROI?
- Il Social CRM per misurare Customer Experience e ROI
- **Social Customer Care**

# 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](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, mail .....qualcuno 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

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 for 2012.

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](mailto:elisa.fontana@cdirectconsulting.it)

**Web-site:** [www.cdirectconsulting.it](http://www.cdirectconsulting.it)