



UNC
CONSUMATORI.IT

ENERGIA: i risultati della survey sul rapporto con l'assistenza clienti

01 Giugno 2022

Il 42% dei consumatori non è soddisfatto del servizio clienti di luce e gas; per il 36% c'è molto da migliorare. Il canale privilegiato per assistenza è il telefono ma resta uno zoccolo duro che preferisce il negozio fisico. Sono alcuni dei risultati della survey di consumatori.it.

Roma, 1 giugno 2022 – “Parlare di centralità del consumatore vuol dire ridurre il gap tra aziende e desideri dei consumatori, non basta affidarsi ai big data ma i brand devono ricominciare a dialogare con i consumatori in carne e ossa in un ascolto aumentato, arricchito cioè da onestà, proattività ed etica dei dati”, è quanto dichiara Massimiliano Dona, Presidente di Unione Nazionale Consumatori, presentando alcuni dati sul rapporto tra consumatori e imprese emersi da una survey lanciata tra i membri della sua community Instagram.

“Le aziende non sempre si rendono conto che il disallineamento tra l'offerta e quanto si aspettano i propri clienti può costare a brand e retailer circa il 6% del fatturato*”, afferma l'avvocato Dona, che prosegue: “in questo un ruolo fondamentale per le strategie d'impresa lo gioca l'assistenza clienti. Abbiamo quindi chiesto al pubblico dei miei 130 mila follower il grado di soddisfazione sull'assistenza clienti dei servizi luce e gas con dei risultati che dimostrano un grado di insoddisfazione su cui c'è ancora tanto da lavorare. Il 42% dei consumatori si ritiene NON soddisfatto, il 36 per cento ritiene il rapporto migliorabile e solo il 22% ne è soddisfatto.”

Cosa fare per migliorare? Completezza delle informazioni, gentilezza, call center gratuito, ma anche bollette più trasparenti e modalità di comunicazione smart: sono alcune delle risposte dei consumatori che hanno partecipato al sondaggio. Non riuscire a parlare con il proprio operatore o non avere una risposta esaustiva è l'aspetto che più innervosisce gli utenti del mercato di luce e gas, settore sicuramente più complicato di altri, ma su cui si riscontrano sempre numerose lamentele.

Secondo l'Instant survey sui social di Massimiliano Dona, per contattare il servizio clienti: il 42 per cento dei consumatori predilige il telefono, staccato il 27% che preferisce mandare un'email e il 16% scrive attraverso la chat, quasi a pari merito con il negozio fisico.

“Il digitale ci mette a disposizione molti strumenti di dialogo e ascolto, ma è fondamentale leggere small data, cioè i reclami inespresi, le informazioni sopite attraverso i quali le aziende possono davvero mettere il consumatore al centro e rispondere ai suoi desideri, anche quelli ancora inespresi”, conclude Dona.

**FONTE: Consumer Products and Retail, how sustainability is fundamentally changing consumer*

preferences (Capgemini Research Institute, 2020).