

**CHIEF CUSTOMER OFFICER ROBERTO PARLANGELI CFO**

**SIFÀ: nuovo incarico per Roberto Parlange**SIFÀ, la Società Italiana Flotte Aziendali, ha annunciato la nomina a – Direttore Centrale di, che negli ultimi tre anni aveva ricoperto il ruolo di sempre in SIFÀ. SIFÀ, nuovo ruolo per Roberto Parlange Dopo aver conseguito la laurea in Economia e Commercio all’Università di Modena e svolto un’esperienza in un importante istituto bancario, Roberto Parlange diventa responsabile marketing presso l’Aeroporto di Bologna che in quegli anni si trasforma in un hub di riferimento per le compagnie internazionali. A seguire, la lunga esperienza in CRIF (Centrale Rischi Finanziari), oggi fra i leader mondiali nel settore dell’analisi creditizia, cui viene introdotto dal fondatore Carlo Gherardi. Nel giugno 2016 entra in SIFÀ come CFO, a capo del settore Amministrazione, Finanza e Controllo. Dopo aver ricoperto per tre anni questo ruolo, lo scorso 5 aprile 2019 l’azienda gli ha conferito l’incarico di Chief Customer Officer : affiancherà la Direzione Commerciale nel seguire il cliente finale. Il rapporto con il cliente “Se la componente Sales – commenta Roberto Parlange – si occupa dell’acquisizione di un cliente, la struttura del Chief Customer Officer si occupa di mantenerlo e fidelizzarlo, quindi segue le attività comprese tra l’ordine e la restituzione del veicolo, compresa la fase del re-marketing dopo il termine del contratto. Ogni cliente SIFÀ è sempre al centro della nostra attenzione e affinché tutto funzioni per il meglio dobbiamo metterci nei suoi panni, con vicinanza ed empatia. Questo – prosegue il manager SIFÀ – avviene se lo si ascolta: è il cliente che deve trasferirci le sue esigenze, a noi compete concretizzare quello che lui si aspetta e comunque andare oltre, facendo in modo che il noleggio SIFÀ sia per lui un’esperienza piacevole ed altamente soddisfacente. Questa in sintesi è la mission del mio nuovo incarico: fare in modo che il cliente SIFÀ, impresa, professionista o privato, viva il noleggio come un’esperienza positiva in ogni suo aspetto, al di là del mero utilizzo del veicolo come commodity”. L’aspetto umano Resta quindi fondamentale l’aspetto umano della relazione con il cliente: “Ci piace l’idea di offrire un progetto per la città del futuro, servizi digitalizzati e user-friendly, eventi ai quali prendere parte con assoluta serenità e, soprattutto, valorizzare sempre l’aspetto umano di questa Customer Experience. Quando un cliente si trova in difficoltà la tecnologia è indispensabile, ma la risposta di una persona che gli esprima vicinanza dà un valore aggiunto altrettanto importante e fondamentale nella percezione della qualità del servizio ricevuto”. Share on Facebook Share Share on Twitter Tweet Share on Google Plus Share Share on LinkedIn Share Send email Mail Print Print

[ CHIEF CUSTOMER OFFICER ROBERTO PARLANGELI CFO ]