

Documento Strategico Clienti 2026 – Akkodis

Executive Summary

Il presente documento definisce in modo strutturato, approfondito e operativo la strategia clienti 2026 di Akkodis. È concepito come riferimento strategico per la Direzione Commerciale e Marketing e come guida all'esecuzione per le funzioni coinvolte. L'obiettivo è rafforzare la relazione con i clienti, aumentare il valore generato lungo l'intero ciclo di vita, migliorare i livelli di fidelizzazione e sostenere una crescita profittevole e responsabile nel medio-lungo periodo.

Nel contesto competitivo atteso al 2026, caratterizzato da crescente complessità tecnologica, pressione sui margini, accelerazione dell'innovazione e maggiore sensibilità ai temi ESG, la capacità di Akkodis di differenziarsi dipenderà dalla qualità della relazione con i clienti e dalla capacità di generare valore misurabile, continuativo e condiviso.

Scenario di riferimento e trend clienti 2026

Evoluzione del mercato

Il mercato dei servizi di ingegneria, digital transformation e talent solutions continuerà a evolvere verso modelli sempre più orientati a soluzioni integrate e partnership di lungo periodo. I clienti tenderanno a ridurre il numero di fornitori, premiando quelli in grado di offrire ampiezza di competenze, capacità di execution e visione strategica.

Evoluzione delle aspettative dei clienti

I clienti si aspettano esperienze comparabili a quelle B2C anche in contesti B2B complessi: semplicità, personalizzazione, velocità e trasparenza. Crescerà la richiesta di insight, consulenza e supporto proattivo.

Visione strategica customer-centric di Akkodis

La visione clienti di Akkodis per il 2026 è quella di diventare un partner strategico imprescindibile per i propri clienti, capace di accompagnarli nella trasformazione tecnologica e organizzativa, anticipando i bisogni e contribuendo concretamente al raggiungimento dei loro obiettivi di business.

La customer centricity non viene interpretata come iniziativa tattica, ma come principio strutturale che guida strategie, processi, modelli organizzativi e sistemi di incentivazione.

Pilastri strategici e iniziative operative

1. Customer Centricity evoluta

Akkodis adotterà un modello di gestione clienti basato su segmentazione avanzata e valore strategico. Ogni cliente sarà valutato non solo in base al fatturato attuale, ma anche al potenziale di crescita, alla strategicità e alla complessità della relazione.

Saranno introdotti Customer Blueprint per i principali segmenti e industry, utilizzati come strumento operativo per marketing, vendite e delivery.

2. Digitalizzazione e utilizzo dell'Intelligenza Artificiale

La digitalizzazione dei processi commerciali e di marketing rappresenta un abilitatore chiave della strategia clienti. L'adozione di CRM avanzati e strumenti di AI consentirà ad Akkodis di passare da decisioni reattive a modelli predittivi.

L'AI supporterà attività di lead scoring, previsione churn, suggerimento di opportunità di cross e upselling, nonché il miglioramento della qualità delle interazioni commerciali.

3. Omnicanalità integrata

L'esperienza cliente dovrà essere coerente e fluida lungo tutti i touchpoint: marketing, commerciale, delivery e post-vendita. L'omnicanalità sarà gestita in modo orchestrato, evitando sovrapposizioni e incoerenze tra canali.

4. Fidelizzazione e Customer Lifetime Value

La fidelizzazione dei clienti rappresenta una leva strategica fondamentale per la crescita sostenibile. Akkodis introdurrà programmi di loyalty B2B e Account Development Plan strutturati per i clienti chiave.

5. Personalizzazione dell'offerta e della comunicazione

L'offerta di Akkodis evolverà verso modelli modulari e componibili, in grado di adattarsi alle esigenze specifiche dei diversi clienti e segmenti. La comunicazione sarà personalizzata lungo l'intero customer journey.

6. Sostenibilità come leva di valore per il cliente

La sostenibilità diventerà parte integrante della value proposition. Akkodis supporterà i clienti nel raggiungimento dei loro obiettivi ESG, trasformando la sostenibilità in un fattore di creazione di valore.

7. Evoluzione della value proposition e del pricing

Il pricing evolverà progressivamente verso modelli value-based, in grado di riflettere il valore effettivamente generato per il cliente, riducendo la competizione basata esclusivamente sul prezzo.

Roadmap di implementazione 2024–2026

2024: Analisi clienti, segmentazione avanzata, disegno del modello target e avvio piattaforme digitali. 2025: Implementazione su scala, programmi di fidelizzazione, personalizzazione offerte. 2026: Consolidamento, ottimizzazione e scaling del modello customer-centric.

KPI e criteri di misurazione

Customer Lifetime Value, retention rate, churn rate, Net Promoter Score, share of wallet, marginalità per cliente, adozione strumenti digitali, percentuale di ricavi da offerte personalizzate e sostenibili.

Conclusioni strategiche

La strategia clienti 2026 rappresenta per Akkodis una trasformazione profonda e strutturale. Il successo dipenderà dalla capacità di esecuzione, dall'allineamento tra funzioni e dalla misurazione continua dei risultati. Questo documento costituisce una base di riferimento per guidare decisioni strategiche e operative nel tempo.