

# Customer Value Management: **Il ❤️ batte qui**

*La storia di Francesca*



Nel mondo dell'**automotive**, parlare di **valorizzazione femminile** è ancora una sfida.

Ci sono ruoli che sembrano scritti solo al maschile, e strategie spesso pensate solo per vendere.

Ma quando una donna decide non solo di ricoprire un ruolo, ma di costruirlo da zero, allora le cose iniziano a cambiare davvero.



# Chi è Francesca?

**Francesca Olivetti** è Customer Value Manager in Rattix.

Ma prima di un titolo, è una **professionista** che ha saputo trasformare ogni esperienza in un tassello strategico.

Il suo percorso in Rattix è l'evoluzione di una visione che unisce creatività, dati e strategia.

Un percorso in cui ha iniziato a vedere il marketing non più solo come acquisizione, ma come leva trasversale che connette tutta la top line aziendale: vendite, stock, acquisti e strategia.

Sempre con un obiettivo chiaro: **creare valore vero, per le persone.**

*«Il successo più grande? Aver contribuito a far crescere l'azienda senza mai perdere di vista le persone: i clienti, il team, i partner. Perché alla fine, i numeri raccontano una storia, ma siamo noi a decidere come scriverla.»*



# Essere donna nel settore

**In Rattix, non è mai stata trattata diversamente.** Merito del contesto, del mindset dell'azienda, della cultura del merito.

## Ma fuori?

Il settore a volte chiede alle donne di fare quel passo in più, di **dimostrare competenza** ancora prima di essere ascoltate. Francesca ha risposto con la sua arma migliore: **i risultati.**



# Una nuova avventura

Il **Customer Value Management** è un nuovo progetto in Rattix.

Francesca lo sta **costruendo da zero**, mettendosi in gioco con tutta la sua esperienza e quello che ha imparato.

*«Il ruolo di Customer Value Manager è un'opportunità unica di sfruttare la potenza dei dati per guidare la crescita strategica di Rattix. In un contesto come il nostro, dove i dati sono un capitale prezioso, il mio compito è trasformarli in insight e da lì in azioni concrete, che generino valore sia per i nostri clienti che per l'azienda.»*

**Il punto d'arrivo?** Un ruolo trasversale, **centrato sul valore**.  
Un ponte tra azienda e cliente. Un tassello fondamentale per il futuro di Rattix.



Spesso si parla di valore come se fosse un numero su un report.  
In questo caso è **molto di più**.

### Il valore è:

- Ottimizzare ogni punto di contatto con il cliente
- Aumentare la Retention
- Ridurre il Churn Rate
- Migliorare il valore a lungo termine del cliente per l'azienda.



# Dalla visione ai fatti

Francesca sta realizzando e **sviluppando un nuovo ruolo** per **valorizzare** ancor di più il claim di Rattix: **We Love Youmans**

La priorità sarà quella di raccogliere insight utili per prendere decisioni informate, **migliorare l'esperienza del cliente** e allineare al meglio tutte le funzioni aziendali.

Tutto questo senza dimenticare mai il punto di partenza: **la persona.**



È **innovativo** perché rompe i confini tra reparti, dati e relazioni.

È **potente** perché mette al centro le persone.

È **simbolico**, perché nasce da una donna che ha saputo trasformare la sua crescita in cambiamento per tutti.



**Un progetto  
che fa la differenza**

# Conclusione

Il **Customer Value Manager** è un ruolo che parla di futuro.

Ma soprattutto parla di **coraggio, visione e passione**.  
Tre parole che, in questo caso, hanno il volto di Francesca.



**X**  **GRAZIE**