



LA CUSTOMER EXPERIENCE

Rendere unica l'esperienza del cliente nella relazione con l'azienda

Durata: 1 giorno

Tipologia: Full immersion Face to face

Per chi: Responsabili e addetti Customer Service
Responsabili e addetti Marketing
Responsabili e addetti al CRM
Responsabili e addetti comunicazione
Sales Manager

WebCode: 4.2.84

Quota: 990,00 € (IVA esclusa)

Obiettivi: Costruire una Experience di valore e per il cliente e per l'organizzazione
Impostare la relazione con il cliente: dalla fiducia alla fidelizzazione
Definire un approccio di Customer Care unico, differenziante e durevole
Gestire al meglio obiezioni e situazioni conflittuali cogliendone sfumature e opportunità
Utilizzare tecniche comunicative in grado di mirare a obiettivi pratici e raggiungibili
Aumentare la capacità d'ascolto empatico
Riconoscere e governare la varietà di interlocutori e richieste legati al proprio business

La gestione strategica delle relazioni con il cliente è un fattore di successo, capace di determinare un vantaggio competitivo per la propria azienda rispetto alla concorrenza.

Oggi più che mai la capacità di relazionarsi efficacemente con il cliente può fare la differenza.

Per cogliere le opportunità di un mercato in costante evoluzione, l'analisi dei meccanismi che determinano la decisione di acquisto assume un ruolo fondamentale.

Per questo il corso pone al centro la soddisfazione del cliente e sottolinea l'importanza della fiducia come leva strategica per il successo delle organizzazioni.

Programma

COMPRENDERE LE MOTIVAZIONI ALLA BASE DELLE SCELTE E DELLE PREFERENZE DEL CLIENTE

Il contributo personale nella gestione della relazione con i clienti

- Il percorso del cliente: momenti della verità e durata della relazione
- Comprendere le esigenze specifiche del cliente rispetto al prodotto/servizio offerto

Distinguere tra le aspettative implicite ed esplicite del cliente

- Le esigenze operative del cliente
- Le esigenze relazionali del cliente

Analizzare i meccanismi di soddisfazione del cliente

- Promessa e mantenimento della stessa
- Servizio fornito, servizio ottenuto, servizio percepito: la Customer Experience effettiva
- Le aspettative del cliente come efficace filtro della sua soddisfazione

Chi è un cliente fedele?

- Il rapporto causale che lega soddisfazione e fedeltà del cliente
- La fiducia come elemento strutturante la fidelizzazione nel lungo termine

- Il potere del passaparola

SVILUPPARE L'IMPEGNO PROFESSIONALE PER IL SERVIZIO AL CLIENTE

Mettere in relazione il ruolo del Customer Service aziendale con gli obiettivi e le aspettative aziendali

- Obiettivi e indicatori della qualità del servizio
- Interpretare il ruolo del Customer Service a sostegno delle aspettative del cliente e di quelle dell'azienda

Condurre la discussione

- Le regole per gestire con successo il contatto con il cliente
- L'importanza della prima buona impressione
- Il potere del problem solving creativo

Sviluppare una relazione autenticamente umana con il cliente

- Scoprire l'impatto delle emozioni nella comunicazione interpersonale
- Prendere in considerazione le esigenze implicite del cliente
- L'Ascolto attivo come forma superiore di comunicazione
- Vendere valore, benefici e soluzioni

IL POTERE DELLA PERSUASIONE E DELLA CAPACITA' DI INFLUENZA

Distinguersi dalla concorrenza

- Verificare le espressioni e i rituali che eventualmente danneggiano l'immagine aziendale
- Offrire reali benefici per il cliente e verificarne la soddisfazione
- Essere in grado di presentare argomentazioni che matchino con le motivazioni d'acquisto
- Controllare (e indirizzare) la decisione del cliente
- Brand Ambassador a Brand Advocate: il potere del passaparola più moderno
- L'arte e le opportunità del neuromarketing

Affrontare situazioni delicate nel rispetto delle relazioni

- L'arte di risolvere dubbi e superare obiezioni
- Il presidio dell'assertività: dare cattive notizie, dire di no al cliente
- Il reclamo: segnale di resistenza e momento della verità
- Come trasformare obiezioni e criticità in opportunità di vendita e fidelizzazione

Esercitazioni

Simulazioni di situazioni critiche o strategiche di gestione della relazione con il cliente

10 Lug - 10 Lug 2019

04 Nov - 04 Nov 2019