


## Customer Experience Management

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

 Presenziale / a distanza

Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)

Durata online : 2 giorni (13 Ore)

WebCode : 4.2.84

Open : 1.670,00 € +IVA

Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di Project Management (Quota riferita ad un gruppo di 10 pax max)

Customized : Su richiesta

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 così come il focus sulla customer satisfaction e il monitoraggio della loyalty.

Il corso evidenzia il concetto di "servitization" ovvero il passaggio dal "possesso di beni tangibili" a quello di "utilizzo di beni in condivisione fruiti con la modalità del servizio". Un passaggio indispensabile per tutti coloro che lavorano nell'ambito del marketing e della comunicazione, perché l'evoluzione è dirompente: dall'erogazione di prodotti e servizi standardizzati, unidirezionali, si passa a un dialogo continuo tra cliente e impresa dove si predilige una relazione personalizzata.

### Obiettivi del corso

- Costruire un'experience di valore e per il cliente e per l'organizzazione
- Definire un approccio di customer care unico, differenziante, fiduciario e durevole
- Mappare un CEJ (Customer Experience Journey) efficace e distintivo
- Gestire al meglio obiezioni e situazioni conflittuali cogliendone sfumature e opportunità
- Aumentare la capacità d'ascolto empatico e di comunicazione bidirezionale
- Riconoscere e governare la varietà di interlocutori e richieste legati al proprio business
- Sviluppare un approccio immersivo nella relazione con il cliente

### A chi è rivolto

- Responsabili e addetti Customer Service
- Responsabili e addetti Marketing
- Responsabili e addetti al CRM
- Responsabili e addetti Comunicazione
- Sales Manager

## Programma

### Conoscere il cliente: come sviluppare politiche customer centric

- Il contributo personale nella gestione della relazione con i clienti
- Il percorso del cliente: momenti della verità (touch point) e durata della relazione
- Comprendere le esigenze specifiche del cliente rispetto al prodotto/servizio richiesto
- Le aspettative del cliente come efficace filtro della sua soddisfazione e fidelizzazione

### L'impegno verso un'esperienza d'acquisto e utilizzo unica

- La fiducia come elemento strutturante la qualità del rapporto nel lungo termine
- Obiettivi e indicatori della distintività del servizio
- Definizione del "viaggio" e delle sue tappe
- Impiego, vantaggi e rischi della multicanalità applicata alla customer experience con il cliente al centro

### Customer Experience Management : considerazioni e opportunità

- Scoprire l'impatto del coinvolgimento emotivo nella comunicazione interpersonale
- L'Ascolto attivo come forma superiore di comunicazione
- «Vendere» valore, benefici e soluzioni
- Le 10 caratteristiche di una customer experience vincente

### Il potere della persuasione e della capacità di influenza

- Il potere del problem solving creativo
- Controllare (e indirizzare) la decisione del cliente
- L'arte di risolvere dubbi e superare obiezioni
- Il presidio dell'assertività: dare cattive notizie, dire di no al cliente

### Come distinguersi dalla concorrenza

- Il valore aggiunto della sintonizzazione fra argomentazioni di vendita e motivazioni d'acquisto
- Brand Ambassador a Brand Advocate: come cambia la leva dell'advocacy
- L'arte e le opportunità del neuromarketing

### Le basi della negoziazione generativa: focus sul business

- Studiare il contesto della negoziazione
- Conoscere il proprio stile di negoziazione e comprendere quello del cliente
- Comprendere il principio del «serving is the new selling»

## Il modello delle 4C del CEM (Customer Experience Management)

- Consumer wants and needs
- Costi
- Convenienza
- Comunicazione

## Piano d'azione

- Azioni da mettere in atto per migliorare la propria gestione del cliente
- Indicatori per controllare il raggiungimento dei risultati

## Esercitazioni

- Simulazioni di situazioni critiche o strategiche di gestione della relazione con il cliente
- Costruzione del miglior Customer Experience Journey

## Date e sedi 2024

### Milano

dal 16 mag al 17 mag

dal 26 set al 27 set

dal 28 nov al 29 nov

### Online

dal 8 lug al 12 lug

dal 8 lug al 8 lug

dal 12 lug al 12 lug

dal 21 ott al 25 ott

dal 21 ott al 21 ott

dal 25 ott al 25 ott

### Roma

dal 23 set al 24 set