kod szkolenia: DM-CX / PL DL 1d

Zarządzenie doświadczeniami Klienta

Celem szkolenia jest zainspirowanie do zmian w zakresie procesu sprzedażowego, inspiracja co do tego, jak można pracować nad poprawą doświadczeń klientów.

Szczegółowe szkolenie tematyczne z zakresu teorii, czym jest CX i powiązane z tematem taktyki oraz metodyki, a także praktyczne spojrzenie, jak pracować z doświadczeniami klienta w praktyce. Program szkolenia będzie składał się z prezentacji, ćwiczeń, dyskusji i studiów przypadków.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest skierowane do osób, które chcą lepiej zrozumieć i doskonalić doświadczenia swoich klientów w kontaktach z marką. W szczególności jest dedykowane:

- managerom, liderom zespołów i specjalistom odpowiedzialnym za obsługę klienta, marketing, sprzedaż czy rozwój produktów,
- osobom wdrażającym podejście klientocentryczne w organizacji,
- właścicielom firm i przedsiębiorcom chcącym poprawić satysfakcję i lojalność swoich klientów,
- wszystkim, którzy chcą poznać praktyczne metody zarządzania Customer Experience (CX).

Korzyści

- Uczestnik zrozumie, czym jest Customer Experience, dlaczego jest kluczowe dla biznesu i jakie korzyści przynosi jego optymalizacja.
- Nauczy się mapować ścieżkę klienta (Customer Journey), analizować jej poszczególne elementy oraz dopasowywać je do potrzeb różnych typów klientów.
- Dowie się, jak projektować rozwiązania w oparciu o dane o klientach, unikając błędów wynikających z niepotwierdzonych założeń.

- Pozna techniki i narzędzia badawcze, które pozwalają zbierać i analizować dane na temat doświadczeń klientów.
- Nauczy się mierzyć efektywność działań CX za pomocą kluczowych wskaźników oraz przeprowadzać analizy tych doświadczeń.
- Pozna dobre praktyki wdrażania podejścia klientocentrycznego w organizacji oraz sposoby skutecznego zarządzania zmianą.
- Zainspiruje się przykładami praktycznych rozwiązań w zakresie CX, które przełożyły się na sukces biznesowy innych organizacji.
- Weźmie udział w ćwiczeniach i dyskusjach, zdobywając praktyczną wiedzę, którą od razu będzie mógł zastosować w swojej pracy.

Program szkolenia

1. Wprowadzenie do Customer Experience

- Czym jest CX, dlaczego jest ważne dla biznesu i jakie daje korzyści?
- Prezentacja i analiza przypadków zastosowania CX – inspirujący przegląd rozwiązań, tłumaczący uczestnikom, jak dbanie o dobry CX może wyglądać w praktyce i jakie może przynieść rezultaty.

2. Customer Journey

- Model Customer Journey i jego założenia.
- Jak wygląda proces mapowania ścieżki klienta krok po kroku. Opis poszczególnych elementów i ich znaczenie w procesie.
- Persona odbiorcy a różne scenariusze korzystania z usługi.
- Mierniki efektywności Customer Journey i poszczególnych aktywności użytkownika.

3. Poznanie klienta

- Inspiracja – ćwiczenie pokazujące, jak różne mogą być rezultaty, gdy projektujemy bazując na danych o naszych klientach i ich potrzebach i gdy projektujemy na naszych własnych, niepotwierdzonych założeniach.
- Znaczenie badań i analizy danych.
- Jak przeprowadzać badania CX, jakie są metody badawcze i narzędzia.
- Jak analizować dane z badań CX, jakie są metody analizy danych i narzędzia.
- Jak wprowadzać zmiany w organizacji na podstawie wyników badań i analiz, najlepsze praktyki implementacji.

4. Mierzenie i analiza doświadczeń klienta

- Z jakich wskaźników możemy korzystać, aby mierzyć doświadczenie klienta.
- Jakie narzędzia i techniki można zastosować w analizie doświadczeń klienta.

5. Proces zmiany

- Dobre praktyki dotyczące wdrażania podejścia klientocentrycznego w organizacji.

Sesja Q&A

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.

Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenie wliczone są:

- Prezentacja szkoleniowa.
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę.
- Dyplom ukończenia szkolenia.

Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski
Materiały: polski