

TITOLO

CUSTOMER SERVICE: La Gestione del Rapporto con il Cliente

AREA TEMATICA

Comportamentale

PERCHÉ PARTECIPARE:

Il processo che porta alla fidelizzazione dei clienti è il risultato della Customer Centricity.

Lo scenario attuale, caratterizzato da una vertiginosa attività indirizzata a riconoscere sempre più il cliente al centro di ogni singolo processo che conduce alla vendita ed alla ricerca di fidelizzazione, rende necessario ed indispensabile il continuo aggiornamento verso i suoi desiderata.

Il cliente centrico ci obbliga ad essere sempre più attenti ad ogni singolo dettaglio nei momenti chiave in cui viene in contatto con la nostra organizzazione, in presenza o a distanza ed a renderlo sempre più consapevole dell'importanza di averci come partner a supporto ed in grado di creare valore.

Saper riconoscere e far sentire il cliente sempre più al centro è una caratteristica delle organizzazioni di successo.

OBIETTIVI E COMPETENZE:

- Aumentare la consapevolezza del ruolo nel raggiungimento della soddisfazione del cliente e la definizione di ciò che loro si aspettano
- Sviluppare le conoscenze ed i comportamenti che consentono di soddisfare i clienti generando valore
- Migliorare le capacità di comunicazione con i clienti

DURATA

12 ore

CONTENUTI:

Lo scenario attuale e l'era del cliente centrico.
Come comunicare con il cliente, interno ed esterno, nell'era attuale.
Lo stile comunicativo adeguato per far sentire il cliente al centro
L'importanza del mantenimento della soddisfazione del cliente.
Elementi di customer care e customer experience
I fattori della customer centricity
Le caratteristiche della percezione del cliente.
A.I.D.A Ascolto, Interesse, Desiderio, Accordo
Come riconoscere i KPI dei clienti al fine della fidelizzazione. La soddisfazione come elemento determinante
I momenti della verità.
La necessità di attenzione al cliente da tutta l'organizzazione, il processo di orientamento al cliente.

METODOLOGIA:

Modalità di erogazione attraverso il coinvolgimento dei partecipanti.
Sarà cura del docente introdurre lavori di gruppo e casi sotto la sua conduzione al fine di rendere il percorso attuale e coerente con la quotidianità.

PRE-REQUISITI

Tutti coloro che riconoscono che il cliente non ha sempre ragione, ma è comunque la ragione del nostro lavoro