

CORSO ONLINE: CUSTOMER SATISFACTION – 200 ORE

Descrizione del corso

Oggi il cliente non è più il destinatario finale del processo di business ma colui il quale lo orienta e lo sviluppa.

La Customer Satisfaction diventa uno dei processi più strategici per un'azienda oggi e una risorsa che richiede un approccio proattivo e investimenti di lungo termine.

Un cliente soddisfatto è la risorsa più preziosa per l'impresa e necessita di un cambiamento culturale prima di tutto e quindi strutturale e manageriale a livello organizzativo.

Attrarre nuovi clienti non è più sufficiente né sostenibile sul lungo termine.

E' necessario sapere costruire relazioni di qualità e durature con il nostro target di riferimento: la fidelizzazione diviene il processo prioritario attraverso il quale l'azienda crea valore.

La Customer Satisfaction è molto di più di un indicatore e parametro di valutazione; è un processo aziendale, un nuovo modo di pensare e agire, una strategia di business che consente di anticipare i bisogni del mercato e le sfide del futuro rendendo l'organizzazione più efficiente, competitiva e proattiva.

L'efficacia della Customer Satisfaction dipende dalla consapevolezza dell'importanza di promuovere un cambiamento di mentalità a livello organizzativo, un processo che ponga la persona al centro del Business.

La Customer Satisfaction è una risorsa potenzialmente strategica che richiede una formazione mirata e soprattutto la volontà di ripensare le logiche manageriali e porre il consumatore al centro del processo di sviluppo organizzativo.

Solo in questa prospettiva, la Customer Satisfaction diventa una risorsa e non un semplice strumento operativo.

Questo corso si pone l'obiettivo di ripercorre le tappe fondamentali dell'evoluzione del concetto di soddisfazione del cliente, attraverso un percorso pratico – applicativo ricco di strumenti, consigli e suggerimenti utili per trasformare la Customer Satisfaction da indicatore di valutazione a strumento strategico di Business.

Obiettivi:

Il corso si propone di fornire una preparazione completa per i dirigenti amministrativi e tutti gli operatori direttamente coinvolti nei processi di promozione e gestione del cliente al fine di valorizzarle, determinando un sistema efficiente interno alla realtà lavorativa. Si analizzeranno i processi e gli strumenti più efficaci in grado di fare del cliente il capitale più strategico per il sistema che renda competitiva l'azienda con l'obiettivo di ripercorre le tappe fondamentali dell'evoluzione del concetto di soddisfazione del cliente.

PROGRAMMA

Il corso online **Customer Satisfaction** è suddiviso in **5 Moduli**, come segue:

MODULO 1 – COSA SI INTENDE PER CUSTOMER SATISFACTION E PERCHE' E' IMPORTANTE

- Tendenze storiche alla base del concetto odierno di Customer Satisfaction
- Customer Satisfaction: definizione, obiettivi e vantaggi
- CS come strumento per valutare le politiche aziendali
- Lo scenario: il cliente e la sua evoluzione
- Il valore percepito dal cliente
- Le 5P della Qualità
- La catena della qualità del servizio/prodotto
- La strategia di Customer Satisfaction
- Le 5 aree caratterizzanti la soddisfazione del cliente
- Le tipologie di Customer Satisfaction
- Customer Satisfaction nell'era del cliente: bisogni, domanda, aspettative

Gruppo Unid Srl

Via degli Aceri, 14

Gualdicciolo (RSM) 47890

C.O.E.: SM22747

0549.98.00.07

info@unidformazione.com

unidformazione.com | unidprofessional.com | libriunidtest.com

MODULO 2 – CUSTOMER SATISFACTION: NUOVI MODELLI ORGANIZZATIVI

- L'evoluzione del servizio clienti: dal call centre ai social network
- Dalla produttività alla qualità: La qualità del servizio come elemento differenziante
- Rapporto tra Customer Satisfaction e Total Quality
- Customer Satisfaction e Customer Retention: i tuoi clienti sono realmente soddisfatti?
- Come ascoltare il cliente
- Il cliente come fattore di successo per l'impresa
- Dal prodotto/servizio alla customizzazione
- Da Customer Satisfaction (CS) a Customer Relationship Management (CRM): creare valore attraverso la relazione col cliente
- Quando il CRM diventa CEM (Customer Experience Management): l'importanza dell'esperienza (CX)
- CX: la cultura del fare bene
- Cos'è un'esperienza
- Come vendere un'esperienza
- Piramide dell'esperienza
- Come cambia l'experience in epoca post-pandemica
- Social Customer Service: cos'è e a cosa serve
- La responsabilità del personale come chiave del servizio qualità
- Produttività e organizzazione

MODULO 3 – CUSTOMER SATISFACTION E MARKETING

- La Customer Satisfaction come strumento di marketing
- Marketing: evoluzione e tendenze
- Perché integrare i social network nel tuo servizio clienti
- Il ROI della Customer Satisfaction
- Il processo di marketing aziendale
- La concorrenza
- Da marketing MIX a marketing relazionale
- Il marketing esperienziale: tipologie e strumenti
- Quando il marketing esperienziale si trasforma in marketing emozionale
- Funnel marketing: cos'è e come utilizzarlo per creare una strategia di successo
- Il processo di fidelizzazione del cliente: strumenti e vantaggi
- Come aumentare la fidelizzazione del cliente: creare una relazione di fiducia
- Come individuare la domanda del cliente e conseguenze del mancato rispetto della domanda

MODULO 4 – STRUMENTI DI MISURAZIONE DELLA CUSTOMER SATISFACTION

- Perché misurare la Customer Satisfaction?
- Il processo di misurazione
- Metodologie di analisi: indagine qualitativa e quantitativa
- Metodi diretti e indiretti
- Strumenti di misurazione
 - I principali KPI di CS: CSAT, NPS, CES
 - I pilastri sui quali costruire una survey di Customer Satisfaction
 - Come costruire un questionario di gradimento efficace
- Identificazione dei fattori da esplorare
- Indicatori di misurazione
- Definizione del campione e strumenti di indagine
- Elaborazione e utilizzo dei risultati
- L'importanza del post-vendita
- Monitoraggio della qualità del servizio e azioni di miglioramento

MODULO 5 – COME AUMENTARE LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

- Soddisfare le aspettative del cliente non è sufficiente
- Aumentare la CS: principi fondamentali e strumenti operativi
- Customer Satisfaction e Customer Care
- Conosci il cliente per capire cosa vuole
- I principali KPI di soddisfazione del cliente
- Sistema di monitoraggio della qualità del servizio
- La relazione col cliente
 - Come gestire un reclamo
 - Come gestire le conversazioni pericolose online e telefoniche
 - Come comunicare in modo efficace
 - Social assessment: Comprendere velocemente e rispondere adeguatamente
 - Gestire un'obiezione: Cosa fare quando il cliente si innervosisce
 - Ascolto attivo
 - Come trasformare i clienti insoddisfatti in ambasciatori della tua azienda
 - Empatia
 - La proattività

MODALITA' DI SVOLGIMENTO

Il corso si svolge in modalità **online** con video **lezioni on demand** disponibili h 24.

Le lezioni registrate possono essere riviste in qualsiasi momento, collegandosi alla piattaforma MOODLE : <https://www.unidcampus.com> ed accedendo con le credenziali ricevute attraverso il nostri siti <https://www.eurosofia.it/>; <https://www.unidformazione.com> e <https://www.unidprofessional.com>

METODOLOGIE

Coinvolgimento dei partecipanti attraverso discussioni, confronti, proposte, esercitazioni pratiche.

Al termine del corso i partecipanti potranno realizzare un project work, sperimentare ciò che hanno appreso durante il corso di formazione.

Lo scopo è quello di migliorare le competenze professionali, trovare soluzioni adeguate al percorso scelto e acquisire strumenti efficaci per raggiungere obiettivi soddisfacenti.

Risorse di approfondimento e dispense scaricabili, slides power point.

MAPPATURA DELLE COMPETENZE

- Competenze di base del Customer Satisfaction | Come gestire il cliente
- Identificare le tendenze storiche alla base del concetto odierno di Customer Satisfaction
- Come valutare le politiche aziendali
- Identificare nuovi modelli organizzativi: come ascoltare il cliente | fattore di successo dell'impresa
- Sviluppare il marketing: evoluzione e tendenze
- Strumenti di misurazione della Customer Satisfaction

VERIFICA DELLE CONOSCENZE

Sono previste due tipologie di verifiche, mediante test a risposta multipla:

- **Verifica dell'auto-apprendimento dei corsisti**

Sono previste esercitazioni intermedie ed una verifica finale, al termine della quale sarà possibile scaricare l'attestato di partecipazione

- **Verifica della CustomerSatisfaction**

E' prevista una valutazione del livello di gradimento del corso

DESTINATARI

Docenti scuola infanzia, Docenti scuola primaria, Docenti scuola secondaria I grado, Docenti scuola secondaria II grado, Dirigenti scolastici, referenti di istituto, funzioni strumentali, figure di coordinamento.

Il corso si rivolge anche a tutti i professionisti che lavorano nell'ambito scolastico, educativo e sociale che sono interessati ad aggiornare le proprie competenze.

- Non ci sono limiti di età.

ATTESTATO

L'attestato di partecipazione, [riconosciuto dal MIUR ai sensi della Direttiva 170/2016](#), è scaricabile direttamente dalla piattaforma elearning, solo dopo aver superato i test di verifica ed il tempo richiesto al completamento del corso

COSTO

Prezzo di listino € 244,00

Sono previste scontistiche periodiche.

Gruppo UniD Srl

Via degli Aceri, 14

Gualdicciolo (RSM) 47890

C.O.E.: SM22747

0549.98.00.07

info@unidformazione.com

unidformazione.com | unidprofessional.com | libriunidtest.com