

A TUTTE LE AZIENDE ASSOCIATE

Verona, 15 giugno 2020

Prot. n. 118/20 – ARC/sb
Circ. n. 118/FR/40 - 20

CONVEGNO IN WEBINAR

COS'È LA CUSTOMER EXPERIENCE E PERCHÉ È IMPORTANTE

Con l'avvento delle nuove tecnologie digitali il panorama della competizione cambia ed il potere dei clienti non è mai stato così forte. La grande disponibilità di informazioni disponibili su internet, il semplificato accesso al mercato globale, dà ai consumatori la possibilità di confrontare e scegliere dove fare i propri acquisti. Un cliente le cui aspettative non sono soddisfatte, ha quindi molta facilità a rivolgersi ad un nostro competitore per il suo prossimo acquisto. Nasce pertanto la necessità per ogni azienda di analizzare, capire, misurare ed operare per dare ai propri clienti un'esperienza che li porti a continuare ad effettuare i suoi acquisti con noi.

La Customer Experience (CX) è il risultato dell'interazione tra una organizzazione ed un suo cliente per tutta la durata della relazione a partire dal primissimo contatto, per esempio sul sito web. Questo "Customer Journey" è composto da un insieme di "Touchpoints", cioè di tutti i momenti in cui il cliente viene a contatto con l'azienda facendosene un'opinione e testando le sue aspettative. Gestire la CX significa decidere che tipo di esperienza si vuole dare al cliente obiettivo e progettare ognuno di questi touchpoints coerentemente. Significa cambiare la cultura aziendale che deve essere fortemente cliente centrica e coordinare tutte le funzioni aziendali ad un unico obiettivo. Un'adeguata gestione della CX porta alla fidelizzazione dei nostri clienti dando un elemento differenziante e qualificante nella competizione giustificando anche "premium prices".

Programma:

- L'importanza della CX nella competizione sui mercati di oggi.
- Necessità di capire i propri clienti per progettare la CX in linea con la strategia aziendale.
- Come creare una "Customer Intelligent Company" (rendere cosciente ogni membro dell'azienda dell'impatto del suo lavoro sui clienti e sua responsabilizzazione).
- Il ruolo delle emozioni nella customer experience.
- Analisi della comprensione da parte di tutti i dipendenti della CX che l'azienda intende dare.
- Differenze tra CX obiettivo e CX percepita dai clienti.
- Creazione di una organizzazione ed una cultura atta a focalizzare sulla CX.
- Il Customer Journey Map
- Esempi di misure (KPI) per l'analisi della CX percepita dai clienti.
- La CX quale modalità per generare fiducia dell'impresa nei clienti.

Relatori:

Marco Paccagnella, Direttore Generale, Responsabile Service per attività di Temporary Management

Calendario:

giovedì 25 giugno 2020, con orario 16.00-17.00

Modalità di iscrizione:

L'iscrizione al convegno deve essere effettuata compilando il modulo a questo link

Una volta effettuata l'iscrizione verrà inviato alla propria email il link per poter accedere al webinar.

Distinti saluti.

Il Direttore
Lorenzo Bossi

