



Corso - 11/11/2022

Customer experience e Mass customization

Generare una presa di coscienza personale e aziendale sull'esperienza che proponiamo e facciamo fare ai nostri clienti e sul nostro stile personale.

Obiettivi

Obiettivo del corso è generare una presa di coscienza personale e aziendale sull'ESPERIENZA che proponiamo e facciamo fare ai nostri clienti e sul nostro stile personale e della casa.

Generare un progetto/programma di UPGRADE RELAZIONALE. Fornire strumenti e metodologie che possano supportare il personale dal punto di vista delle abilità relazionali interne ed esterne, in modo da ottenere clienti più fedeli, riduzione dei costi di retention, miglioramento della reputazione del brand.

Programma

- **IL 2022** : scenario ambientale e competitivo.
- **Upgrade relazionale** : tutti vendiamo ciò che siamo! analisi e comprensione delle specificità del mio incarico in una logica di customer centricity e customer experience.
Alla scoperta della nostra customer journey, I nostri touch point e la costruzione della nostra customer journey map
"E Se venisse il RE?": Da commodity a lovebrand
- **Noi dove siamo?** Posizionamento della nostra relazione Azienda/Cliente. Valutazione degli ingredienti di relazione. La formula lovemark.
- **La comunicazione e la relazione con il cliente**: riposizioniamoci! Nuovo setting, nuovo inner game.
- **La Mass Customization**: dalla collaborative customization al concierge service. La relazione coi clienti come manutenzione di un lungo e fruttifero (per tutti) matrimonio. Come progettarne lo sviluppo (punto per punto)?
Il cliente e il suo "VIAGGIO DELL'EROE".

Destinatari

Tecnici addetti al service post-vendita, figure commerciali, tecnici di progettazione.

Durata

12 ore

Quota di adesione:

600,00 € + IVA a persona per le aziende associate

700,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

11/11/2022 09.00-13.00 - ONLINE

17/11/2022 09.00-13.00 - ONLINE

18/11/2022 09.00-13.00 - ONLINE

