

La Customer Centricity

02 GIORNI

OBIETTIVI

Un'azienda è davvero customer oriented quando ogni settore dell'organizzazione, nel proprio agire quotidiano, ha costantemente a mente l'impatto che il proprio lavoro ha sul cliente finale e agisce con l'obiettivo di rendere la customer experience sempre la migliore esperienza possibile. Il corso si pone i seguenti obiettivi:

- Riflettere e comprendere chi siano i nostri clienti finali e come ci stiamo posizionando sul mercato.
- Comprendere come il lavoro di ciascuno è orientato a creare valore per i clienti finali grazie a una sempre maggiore attenzione verso i clienti interni.
- Rendere la customer experience facile, conveniente e soddisfacente.



"L'uomo veramente grande è colui che fa sentire grande ogni altro uomo"

GILBERT KEITH CHESTERTON

PROGRAMMA

Breaking Down Customer Centricity

- > Centricity: da Focused a Oriented
- > Customer Centric Companies - cosa fanno:
 - semplicità
 - velocità
 - facilità
- > Customer Centric Companies - cosa non fanno:
 - "solo per nuovi clienti"
 - "difficile avere un contatto"
 - "è complicato"
- > Perché la Customer Centricity:
 - concorrenza
 - livello superiore
 - barriere all'uscita
- > La velocità e la digital transformation
- > L'importanza del "Why? - How? - What?"

Da dove si comincia

- > Customer target e segmentation
- > CLV - Customer Lifetime Value
- > Prodotti e servizi per i migliori clienti
- > Il successo del nostro cliente
- > Nei panni del cliente: comprendere cosa cerca veramente

La fidelizzazione

- > Customer loyalty
- > Customer retention rates
- > Fidelizzazione vs acquisizione
- > Rendita del cliente

17 Pilastri

- > Esperienza - Lealtà - Comunicazione - Assortimento - Promozioni - Prezzo - Feedback

Misurare la Customer Centricity

- > Churn rate
- > Customer lifetime value (CLV)
- > Nuove acquisizioni

CRM & Centricity

- > Data or philosophy?
- > Che informazioni tracciare
- > Come rilevarle
- > Centric analysis

Conclusioni

- > Cosa facciamo da domani



PARTECIPANTI



Il corso è rivolto a manager e imprenditori che desiderano apportare un cambiamento di approccio e di mentalità nella propria organizzazione, mettendo veramente al centro il cliente in ogni fase della value chain.

EDIZIONI

2019

Milano, 11-12 Marzo

Milano, 10-11 Giugno

Milano, 7-8 Ottobre

Milano, 9-10 Dicembre

ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.315 (+IVA)
per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:

- 2 o più iscritti alla stessa edizione del corso
- 9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi a diversi corsi a catalogo

COME ISCRIVERSI

+39 02 38010666

+39 02 38010871

www.scuoladipaloalto.it

informazioni@paloaltoscuola.it