MAPEAMENTO DE VIAGEM DO CLIENTE

Descrição do Curso

O mapeamento de viagens do cliente é um elemento chave no desenvolvimento e melhoria da experiência do cliente, o que é essencial para relacionamentos comerciais sustentáveis a longo prazo. O processo de mapeamento fornece informações aprofundadas e acionáveis sobre os pontos de contato do cliente, que, juntamente com os serviços digitais, estão se tornando cada vez mais críticos e complexos para gerenciar em nosso mundo. O processo é baseado na aplicação racional do swimlaning para processar o gerenciamento, incluindo aspectos emocionais.

O cliente / usuário é o foco do processo, o que ajuda a entender como os serviços de suporte ajudam (ou não) o cliente a alcançar os resultados que são importantes para eles.

O mapa de viagem do cliente permite que você veja o mundo à medida que seu cliente experimenta o mundo. Vamos planejar uma viagem do cliente que começa e termina fora dos limites normais do fornecedor. Você vai descobrir o que faz seus clientes felizes e saber por que é excitante seus clientes. Você encontrará domínios que não adicionam valor - apenas um custo - e devem ser excluídos; Você aprenderá o valor da recuperação de um serviço e da forma de transformar uma

experiência ruim em uma boa experiência que irá encantar seu cliente; você encontrará áreas nas quais sua equipe precisa de mais autonomia para oferecer melhores experiências de clientes.

Objetivos

• Ser capaz de entender e recriar a jornada de ponta a ponta do cliente.
• Para encontrar tarefas que não agregam valor aos seus clientes ou empresas.
• Para entender como integrar contatos multicanal / multiponto em uma jornada de cliente coerente.
• Ser capaz de aprender como capacitar sua equipe pode melhorar a entrega de serviços, o design de serviços e as vendas subsequentes.

Parra Quem

Gerentes e gerentes responsáveis pela prestação de serviços, design de serviço e serviço pós-venda.

Tarifas dos Cursos

Taxa normal: 800 CHF

Duração

1 dia

Instrutor

Shaun West

Shaun West passou 18 anos dentro do departamento depois venda de GE Energy Services (Italia), Sulzer Rotating Equipment Services (Suiça) e RWE (Reino-Unido) antes de aceitar um cargo académico a Hochschule Lucerna. A cada papel, a

estratégia de premio sempre teve um aspecto importante de estimação do valor adicionado, as transições fusão e aquisições passando assim por contratos de serviços.

Mais rapidamente, ele combina sua experiência em industria com o rigor da académica para estudar os problemas apresentados por o sistema serviço-produto dentro do ramo industrial.