



## CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

### PREMESSE

Una reale comprensione del cliente e delle variabili che influenzano la sua esperienza nelle molteplici interazioni con l'azienda è un requisito fondamentale per qualsiasi organizzazione che aspiri a diventare "customer-centric", cioè orientata al cliente.

### OBIETTIVI

Il corso ha l'obiettivo di promuovere la cultura della centralità del cliente (incluso il cliente interno) all'interno delle aziende, fornendo ai partecipanti le competenze e gli strumenti per comprendere e misurare la Customer Experience, per disegnare un'esperienza di successo per i clienti target attraverso l'intera customer journey omnicanale e per analizzarne in modo analitico i progressi.

I corsisti acquisiranno l'abilità di ridisegnare i modelli operativi allineandoli alle esigenze e ai comportamenti del cliente.

### CONTENUTI

- Cultura aziendale "customer-centric";
- Elaborare una strategia di Customer Experience;
- Conoscenza del cliente;
- Dati, metriche, insight e ROI;
- Workshop Design;
- CX target;
- Workshop Build.

### DESTINATARI

Il programma si rivolge a General Manager e a professionisti nelle funzioni Customer Experience, Strategia, Marketing, Commerciale/Vendite, Innovazione, Digital Transformation, Customer Satisfaction.

### DURATA

12 ORE

### CERTIFICAZIONI

Attestato di frequenza inlingua - talent24