

L'IMPRESA GUIDATA DAL CLIENTE (2GG)

Obiettivi del corso:

Analizzare l'importanza della centralità del Cliente come fattore critico del successo aziendale; passare da una semplice dichiarazione di intenti ad un vero e proprio piano d'azione incentrato sul Cliente e diffondere a tutti i livelli aziendali la cultura del servizio al Cliente e della sua fidelizzazione.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

L'IMPRESA GUIDATA DAL CLIENTE (2gg)

- ✂ La soddisfazione del Cliente come insuperabile vantaggio competitivo;
- ✂ Creare una visione ed un orientamento al Cliente all'interno dell'azienda;
- ✂ La piramide rovesciata: il Cliente ai vertici dell'organizzazione gerarchica;
- ✂ L'analisi costi / benefici della soddisfazione del Cliente;
- ✂ Profit impact marketing strategy (PIMS): alcuni dati per riflettere sull'impatto della Customer Satisfaction sui bilanci aziendali;
- ✂ Differenziarsi dalla concorrenza attraverso il servizio al Cliente;
- ✂ Ascoltare la voce del Cliente;
- ✂ Fatti, non parole;
- ✂ Il monitoraggio e la misurazione della soddisfazione del Cliente;

- ✦ L'analisi dei fattori critici di soddisfazione del Cliente;
 - ✦ Le caratteristiche delle imprese di successo;
 - ✦ La vera vendita comincia dopo l'acquisto;
 - ✦ La gestione dei reclami come momento della verità;
 - ✦ Il coinvolgimento e la motivazione di tutto il Personale all'ottimizzazione del servizio al Cliente per conquistare la Sua fiducia e fidelizzarlo.
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-