

Szkolenie: Zarządzanie doświadczeniem klienta - CEX

Cel szkolenia

Przybliżenie filozofii orientacji na klienta oraz metod oddziaływania na niego i jego doświadczenie zakupowe biorąc za priorytet wykształcenie postawy pro-klienckiej na poziomie zarządzania organizacją oraz umiejętności prawidłowego doboru narzędzi wsparcia sprzedaży w określonych sytuacjach rynkowych.

Jak szkolimy?

- 12 godzin intensywnego szkolenia w formie online.
- Kurs prowadzony jest zgodnie z zasadą minimum teorii maksimum praktyki.

Dla kogo?

- Personel sprzedażowy odpowiadający za budowę pozytywnych relacji z Klientami przy okazji ich pozyskiwania oraz obsługi na rynku zarówno B2B i B2C.
- Osoby odpowiadające za rozwój procesów, produktów oraz marek (Project Manager, Product/Brand Manager itp.).
- Managerowie, którzy chcą rozwijać swoje biznesy, nakierowując je bardziej na klientów oraz ich potrzeby.

Forma

Online - szkolenie obejmuje 12 godzin zajęć online.

Program

1. Podstawy psychologii współczesnej sprzedaży:
 - a) ewolucja ludzkich potrzeb w kontekście współczesnych trendów nabywczych,
 - b) zakupy jako metoda zaspokajania naturalnych potrzeb człowieka,
 - c) satysfakcja klienta, a jego lojalność w dobie nadpodaży rynkowej.
2. Miejsce CEX w strategii organizacji:
 - a) istota i rola CEX dla organizacji uwzględniając współczesne otoczenie konkurencyjne,
 - b) doświadczenie klienta strategicznym elementem interakcji oraz relacji organizacji z nim,
 - c) cechy organizacji zorientowanej na klienta zgodnie z ideą CEX.
3. Projektowanie doświadczeń klienta w procesie sprzedaży:
 - a) audyt wyjściowego poziomu doświadczeń klienta,
 - b) obszary oraz narzędzia oddziaływania na klienta (świadomie i podprogowo),
 - c) mapowanie doświadczeń klienta na podstawie jego kontaktu z organizacją,
 - d) czynnik ludzki i jego rola w oddziaływaniu na klienta oraz budowie wizerunku organizacji,
 - e) badanie efektywności działań CEX.

Wyższe Szkoły Bankowe

Korzyści dla słuchacza z uczestnictwa w szkoleniu:

- lepsze zrozumienie potrzeb swoich klientów dzięki poznaniu współczesnych trendów konsumenckich,
- umiejętność analizy swojego procesu sprzedaży pod kątem wpływu na doświadczenie klienta,
- gotowość do samodzielnego mapowania „podróży klienta” w procesie sprzedaży (określenie punktów styku),
- znajomość podstaw projektowania CEX oraz badania efektywności tych działań,
- świadomość konieczności przyjęcia postawy proklienckiej jako warunku do budowy udanej relacji z klientem.

Prowadzący: Marcin Fijoł

Trener Biznesu wywodzący się z branży marketingowej, w której swoje doświadczenie zawodowe we wsparciu sprzedaży zdobywał w kraju oraz za granicą pracując zarówno po stronie agencji reklamowych oraz klienta jako Dyrektor Marketingu w sieci handlowej FMCG. Członek Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu, absolwent szkoły trenerskiej House of Skills, wcześniej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz studiów podyplomowych Marketing Usług na Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Obecnie wykładowca WSB Poznań oraz Doradca i Trener w zakresie wsparcia sprzedaży oraz rozwoju kompetencji. Wspierał w rozwoju takie marki jak m.in.: 20th Century Fox, Nivea, Philips, Indesit, Chata Polska, Pekabex, SGB Bank, VW Poznań, Bridgestone itp.

Certyfikat

Po zakończonym szkoleniu uczestnik otrzyma imienny certyfikat.

Cena

- 720 zł brutto
- 690 zł brutto - studenci WSB, absolwenci WSB

Zapisy

Zapisu dokonujemy poprzez formularz online.

Płatność

Sposób oraz termin płatności znajdują się w bloku „Zapisy”.