CREARE ESPERIENZE D'ACQUISTO POSITIVE

Fidelizzare il cliente

Progetto di formazione per le aziende
Studio XForma srl in collaborazione con

Dott. Paolo Prudenzano

PROGETTO FINANZIABILE A COSTO ZERO:
info Alex Morsanuto +39 348 2218374

Studio XFORMA srl
Via Michele Benedetti, 3 30026 Portogruaro (Ve)
0421 1776826 | 344 0848433 | info@xforma.biz | xforma.eu

COSA IMPARIAMO

Quando il venditore, titolare o collaboratore, entra in contatto in qualunque modo con il cliente, impatta su di esso influenzandone l'opinione, sia consciamente che inconsciamente. Ogni componente dell'organizzazione, con un'adeguata conoscenza dell'impatto della propria comunicazione e dei propri comportamenti, contribuisce positivamente quindi sull'esperienza del cliente e sui risultati immediati e di più lungo termine.

Nell'era della Customer Experience questo corso ti permette di:

- perfezionare l'approccio al cliente
- mappare il suo "viaggio" nel percorso di acquisto
- progettare e personalizzare l'esperienza
- essere coinvolgente ed emotivamente interessante
- distinguerti dalla concorrenza
- costruire la fidelizzazione dei consumatori

Cos'è e come funziona?

Il corso integra i fondamenti della Customer Experience con le tecniche di comunicazione persuasiva della Programmazione Neuro Linguistica.

RELATORE

Paolo Prudenzano

Da oltre 20 anni sono al fianco di imprenditori, manager e venditori nei loro progetti di cambiamento e di sviluppo.
Da coach professionista, esperto di Customer Experience ho supportato tantissime aziende a perfezionare la performance, supportandole nel percorso di realizzazione dei propri successi.
Da diversi anni studio, insegno e applico i concetti riguardanti la Customer Experience; combinandoli alla Programmazione Neuro Linguistica, ho perfezionato un mio metodo semplice ed efficace per creare non solo una Customer Experience "positiva" ma una vera e propria WOW Experience.
Ad oggi il mio curriculum professionale vanta svariate decine di progetti, in diversi settori, per oltre 25.000 ore.

PROGRAMMA

Argomenti

- Cos'è la Customer Experience e perché è importante
- Caratteristiche e differenze tra Customer Experience, Customer Service e Customer Satisfaction
- Il "viaggio del cliente"
- Come interagire con il consumatore attraverso i diversi canali
- Le fasi della vendita in funzione della Customer Experience
- L'Experience: la relazione dall'accoglienza ai saluti finali
- Caratteristiche e segreti di un approccio efficace

Come procediamo

Il corso è strutturato in 4 moduli teorico-pratici di 4 ore ciascuno.

Calendario

Il calendario è definito in accordo con la disponibilità dell'azienda.

Obiettivi

Porre le indispensabili basi per sviluppare competenze e abilità di relazione e gestione del cliente al fine di potenziare la Customer Experience, la performance di vendita e la fidelizzazione.

OFFERTA ECONOMICA

Progetto finanziabile a costo zero per l'azienda attraverso i fondi interprofessionali

Investimento: € 1.600
Tempo: 16 ore
Oneri contributivi: inclusi
Materiale didattico: incluso