

CUSTOMER CARE E GESTIONE DEL CLIENTE

Il corso CUSTOMER CARE si propone di fornire le competenze specifiche per analizzare e migliorare la soddisfazione del cliente, attraverso la conoscenza delle tecniche che l'addetto al Customer Care deve applicare per soddisfare i propri clienti.

L'Addetto al Customer Care è un esperto nell'assistenza e nella soddisfazione del cliente per conto dell'azienda per la quale lavora. Nel mercato attuale, caratterizzato da un forte livellamento dell'offerta, l'assistenza del cliente in tutte le fasi del servizio può rappresentare il valore aggiunto rispetto alla concorrenza. Il Customer Care Service rappresenta, infatti, in questo scenario il fattore differenziale più adatto a fidelizzare il cliente ai prodotti o ai servizi che l'impresa offre.

Obiettivo del corso è rendere i partecipanti in grado di:

- > Analizzare i punti di forza e di debolezza del prodotto / servizio e definire una strategia finalizzata ad accrescere il grado di soddisfazione della clientela
- > Assistere il cliente, garantendo la rapida risoluzione di piccole disfunzioni o anche il tempestivo intervento dell'assistenza tecnica
- > Gestire il reclamo
- > Monitorare costantemente il grado di customer satisfaction e, soprattutto, i comportamenti di acquisto conseguenti

Durata complessiva Corso: 16 ore

ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO

MODULO I • IL RUOLO DEL SERVIZIO CLIENTI

Durata: 2 ore

- > Customer Service e Customer care
- > L'assistenza post vendita
- > Il call center: customer service e help desk

MODULO II • SERVIZIO CLIENTI E CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Durata: 2 ore

- > Come funziona il servizio clienti e perché è importante
- > Il CRM e la conservazione del cliente
- > Il contributo del Marketing
- > La fedeltà del cliente
- > La soddisfazione del cliente

MODULO III • ORGANIZZARE UN EFFICACE SERVIZIO CLIENTI

Durata: 4 ore

- > I fondamenti della comunicazione per il personale di contatto
- > Ascoltare un cliente: perchè e come fare
- > Rispondere in forma scritta: impostare una e-mail efficace
- > Elementi di scrittura efficace per il business
- > Imparare a trattare coi clienti difficili

MODULO IV • MISURARE E AUMENTARE LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Durata: 4 ore

- > L'importanza della misurazione della soddisfazione del cliente
- > Le fasi del processo
- > Gli errori da evitare
- > L'identificazione dei bisogni del cliente
- > Il modello delle 5P
- > L'indagine qualitativa e quantitativa
- > Identificazione delle componenti di valore per il cliente di prodotti e di servizi
- > Gli strumenti della rilevazione della soddisfazione
- > La costruzione del questionario e le scorecard: esempi
- > La raccolta e l'analisi dei risultati
- > I principali KPI di soddisfazione del cliente

MODULO V • LA GESTIONE DEL RECLAMO

Durata: 4 ore

- > Le 5 fasi di gestione del reclamo
- > Stabilire il primo contatto in modo positivo
- > Le 4 fasi dell'approccio: saluto, presentazione, identificazione, comprensione
- > Specificità dell'approccio al telefono
- > Fatti, elementi oggettivi e componente emotiva: obiettivo FOS
- > Leadingaction: l'arte di fare domande e l'ascolto attivo
- > Tecnica dell'imbuto per svolgere un'intervista di successo
- > Ascolto attivo: entrare in empatia con il cliente
- > La riformulazione: una fondamentale tecnica di ascolto attivo
- > Problem solving e creatività: la soluzione ottimale in riferimento al contesto
- > Far sì che il cliente accetti con soddisfazione la soluzione
- > Comunicare con efficacia la soluzione nelle diverse tipologie di contesti
- > Saper dire di no
- > Come comunicare cattive notizie
- > Cosa significa obiezione
- > Possibili cause delle obiezioni
- > Comunicare secondo una logica win-win
- > Arrivare ad un accordo
- > Chiusura del reclamo e consolidamento del rapporto con il cliente

DESTINATARI

Il corso è rivolto a addetti Customer service, addetti Post-Vendita / After Sales, addetti Assistenza Tecnica, personale di front line, venditori e Tecnici Commerciali

MATERIALE DIDATTICO

Chiave USB riportante le dispense del corso. Se richiesta, copia del registro del corso di formazione con indicato l'oggetto del corso, gli argomenti trattati, la durata del corso, la data di svolgimento e la firma dei partecipanti.

RISORSE IMPIEGATE

Docente in possesso di consolidata esperienza in qualità di formatore in ambito commerciale e marketing di servizi. A disposizione dell'utenza personale di segreteria e di tutoraggio.

METODOLOGIE FORMATIVE

La formazione all'aula verrà erogata tramite lezioni frontali, esercitazioni, casi pratici di studio, simulazioni. Il corso è svolto con metodo interattivo, in modo da coinvolgere i partecipanti, sollecitare l'interesse, favorire la discussione su casi pratici provenienti dalla loro esperienza.

MODALITA' ORGANIZZATIVE/LOGISTICHE

Il corso si terrà presso la sede dell'ente accreditato a Milano, in Via Guido Capelli 12 (Zona Greco Bicocca) previo raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

ORARI

9.00-13.00 / 14.00-18.00

Si prega di consultare il calendario dei corsi in partenza sul sito www.tiemmeconsulting.com

L'aula ha una capienza di 25 persone; prevede 25 sedie a ribaltina, pc e videoproiettore, lavagna a fogli mobili. Acqua e caffè a disposizione dell'utenza. L'aula è accessibile ai soggetti diversamente abili.

Per i corsi aziendali, l'intervento potrà essere erogato presso la sede aziendale, in aula conforme ai requisiti D.lgs.81/08.

CRITERI E MODALITA' DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

La prova consisterà in un test a risposta multipla e prevederà l'attribuzione di 1 punto per ogni risposta esatta

CERTIFICAZIONE

Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di frequenza.

COSTI E MODALITA' D'ISCRIZIONE

€ 600.00 + IVA da saldare contestualmente all'avvio del percorso.

Per corsi aziendali, è possibile richiedere un'offerta personalizzata.

Finanziamenti per le aziende: è possibile valutare la possibilità di finanziare il percorso attraverso i finanziamenti dei Fondi Paritetici Interprofessionali per la formazione continua o Fondi Regionali.

