

Ottimizzare il Customer Service per fidelizzare il cliente



- Ridisegnare il Customer Service a partire dalla Customer Journey e con l'ausilio delle soluzioni di service desk più evolute in modo da ottimizzare la Customer Experience di un cliente sempre più esigente e viziato
- Percorso di consulenza-formazione modulare, rivolto a direzione commerciale, customer service ed IT di aziende evolute
- Formatrice: Antonella Pescio
- Testimonianza di Alessandra Fabian, esperta di service desk automation e CEO Irimì



ANTONELLA PESCIO

- MBA alla Columbia Business School di New York
- Dal 1988 al 2004 ho maturato significative esperienze nel consumer marketing internazionale e nelle vendite in Olivetti, Colgate–Palmolive, Barilla, Gatorade e Illycaffè. Dal 2004 al 2008 sono stata direttore marketing di Bisazza Mosaico, sviluppandone la struttura di marketing/trade marketing e l'identità di marca nei principali mercati mondiali
- Da quasi 15 anni faccio la consulente e temporary manager e negli ultimi anni ho seguito progetti di marketing e commerciali per clienti come Manfrotto, Panaria Group, SMEG, Grappa Nardini, Automobili Lamborghini
- Formatrice in azienda per clienti come IVG Colbachini, Gruppo Cimbali, MTA (Sistemi di Refrigerazione Industriale), Fedon, Gruppo Dani, ecc., collaboro con Confindustria
- Insegno Marketing & Digital Communication all'Università di Modena e Reggio Emilia, e ho tenuto corsi universitari e Master in Marketing Strategico e Digitale all'Università di Brescia, Ca' Foscari Challenge School (Master in Cultura del Cibo e del Vino), Fondazione Cuoia e Istud

Percorso Ottimizzazione Customer Service – esempio articolazione su 4 gg



1. Full immersion in azienda e nel suo business

- >Analisi delle problematiche aziendali e co-progettazione del percorso e definizione del team di partecipanti in base agli obiettivi aziendali
- >Presentazione di percorso e trainer, giro di tavolo dei partecipanti ed esplicitazione delle loro esigenze formative ed aspettative
- >Panoramica di mercato e trend: perché si è alzata l'asticella del livello di servizio
- >Full immersion in azienda: prodotti, produzione, organizzazione

2. Mappiamo la Customer Journey dei nostri clienti

- >Che cos'è la Customer Journey e come si può usare per ottimizzare il customer service: presentazione case history
- >Workshop in team su case history reale
- >Un team presenta la sua soluzione e gli altri integrano e commentano
- >Presentazione soluzione case history
- >Ci suddividiamo in team e mappiamo la Customer Journey di ciascun segmento chiave di clientela

3. Focus sulle tecnologie per ottimizzare il customer service

- >Sempre suddivisi in team mappiamo ora l'attuale customer experience dei nostri segmenti chiave di clientela
- >Focus sulla tecnologia: testimonianza di Alessandra Fabian che presenterà case history reali che illustrano il funzionamento delle tecnologie più evolute per ottimizzare la gestione del customer service, come CRM e software di ticketing/automazione service desk
- >Sempre divisi in team ci focalizziamo su come migliorare la Customer Experience in base alla loro customer journey e con l'ausilio della tecnologia

4. Ottimizziamo organizzazione e procedure commerciali

- >Ogni team presenta il proprio lavoro agli altri e ci confrontiamo su dubbi, problemi e proposte migliorative per ottimizzare l'organizzazione commerciale e le procedure di customer service
- >Definiamo proposte concrete di miglioramento/ next step operativi per ogni tipologia di clienti e ne analizziamo la fattibilità preliminare con l'aiuto di un esperto in tecnologie
- >Conclusioni e saluti