



V7 - DALLA CUSTOMER CARE ALLA FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

Eccellenza nella cura del Cliente

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

15 - 16 luglio 2026 | 16 - 17 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un corso pratico che illustra tutto il processo di gestione e comunicazione efficace dei propri clienti, le tecniche di analisi del problema e di presa della decisione e lo sviluppo di un sistema di KPI e reporting rivolto al miglioramento del servizio e cura del cliente.

Attraverso esercitazioni e prove pratiche i partecipanti acquisiranno una chiara metodologia in ogni fase del processo di analisi, risoluzione del problema e presa di decisione.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e personale del Customer Service
- Addetti Post-Vendita/After Sales
- Addetti Assistenza Tecnica
- Personale di Front Line
- Venditori e Tecnici Commerciali
- Tutti coloro che nella propria attività professionale debbano gestire i clienti e che abbiano l'obiettivo di innalzare la "customer satisfaction"

APPRENDERETE A...

- Qualificare le competenze professionali delle persone che si occupano del servizio di Customer Care e Post-Vendita
- Fornire al personale un approccio metodologico, omogeneo e condiviso per comprendere e migliorare le attività e i risultati del proprio lavoro in particolare su:
 - Gestione delle informazioni ai clienti
 - Gestione delle problematiche
 - Gestione dei reclami
- Definire i KPI di miglioramento delle performance del Customer Care
- Un'altra esigenza è quella di fornire un approccio metodologico al miglioramento, semplice ma efficace, che permetta nel tempo di implementare, mantenere e migliorare i risultati ottenuti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Impostazione dei KPI di miglioramento delle performance del Customer Care
- Definire le 10 Regole d'ore del Customer Care
- Analisi di best practice e criticità di servizio al cliente
- Role play di gestione dei reclami dei clienti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V7 - DALLA CUSTOMER CARE ALLA FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

PROGRAMMA

GESTIRE IL SERVIZIO CLIENTI

Il ruolo del Servizio Clienti

- Mission e specificità del Servizio Clienti
- Identificare le attese dell'azienda e dei clienti
- Strumenti e suggerimenti per una corretta analisi della situazione attuale: i livelli di performance erogati, la rispondenza dei processi al servizio, ...

La soddisfazione e cura del cliente: il filo conduttore della propria attività di management

- Conoscere i grandi orientamenti della gestione della relazione con il cliente
- Diffondere uno spirito orientato al cliente nell'attività quotidiana

Sensibilizzare e motivare il team verso la qualità del servizio prestato

- Realizzare in azienda un'analisi sulla soddisfazione dei clienti

L'evoluzione del Servizio Clienti verso il Customer Relationship Management

- Orientarsi verso un marketing relazionale
- Costruire e misurare un programma relazionale
- Costruire una comunicazione personalizzata

COMUNICARE IN MODO EFFICACE CON I CLIENTI

Obiettivo: soddisfare il cliente

- Riflessione in sottogruppo sugli elementi che caratterizzano la percezione esterna dell'immagine aziendale
- Promuovere l'immagine aziendale attraverso la propria professionalità

I principi della comunicazione efficace con il cliente

- Padroneggiare le regole d'oro della comunicazione telefonica
- Porre le domande giuste, riformulare, affrontare le obiezioni
- Le espressioni e le parole positive per migliorare l'immagine dell'azienda

Rispondere e adattarsi al cliente: le chiamate inbound

- Accogliere: le prime parole da utilizzare
- Saper far attendere senza far perdere la pazienza
- Utilizzare l'arte dell'intervista per scoprire i bisogni reali del cliente
- Gestire la richiesta del cliente o trasferire la chiamata sul giusto interlocutore
- Trattare i casi difficili: clienti aggressivi o chiacchieroni, reclami, domande particolari, etc.

Contattare i clienti: le particolarità delle chiamate in outbound

- Preparare la telefonata, definire l'obiettivo
- Creare il contatto: presentarsi in modo rapido
- Dichiarare l'obiettivo della propria telefonata
- Trasmettere le informazioni valorizzandole

- Gestire le situazioni complesse: modificare una data di consegna o d'intervento, annunciare un aumento di prezzi, chiedere un pagamento

Il reclamo? Un'opportunità per l'azienda

- Imparare a vivere il reclamo come una ricchezza per l'azienda e non come una sfida
- I protagonisti della relazione azienda-cliente
- Comprendere lo stato d'animo e le attese del cliente insoddisfatto
- Affrontare la situazione critica con un approccio costruttivo

Adottare un approccio professionale alla fase di ascolto del cliente che reclama

- Organizzarsi per disporre di tutte le informazioni utili
- Comprendere e inquadrare i bisogni del pubblico
- Ricevere le emozioni esterne e padroneggiare lo stress

Padroneggiare le tecniche d'argomentazione e di negoziazione per gestire al meglio la comunicazione "critica"

- "Allenarsi" alle tecniche che favoriscono il dialogo: empatia, tecnica dell'intervista e della riformulazione
- Attuare uno schema di relazione proattiva (comprensione-soluzione) evitando la dialettica infernale torto-ragione
- Individuare e proporre la soluzione più adatta rispetto alle aspettative del cliente e alle esigenze della propria azienda
- Concludere in modo efficace

Migliorare la qualità delle risposte scritte

- Padroneggiare lo stile e la struttura della risposta ad un reclamo
- Personalizzare ogni risposta partendo dai principi chiave della comunicazione scritta
- Utilizzare un linguaggio positivo e persuasivo: il potere delle parole
- Gestire un reclamo via email

KPI E REPORTING

Garantire le prestazioni del servizio

- Il presidio dei Customer Contact Points
- Service Level Management: la definizione di un processo per l'erogazione di servizi che soddisfino i requisiti del cliente
- Service Level Agreement: la garanzia dei livelli di servizio, interni ed esterni

Padroneggiare le tecniche di problem solving per analizzare la situazione e trovare rapidamente la soluzione giusta

- Le tecniche per analizzare velocemente la soluzione
- Utilizzare un metodo per trovare soluzioni
- Definire ed implementare i principali indicatori

Creazione di un reporting mensile

Analisi dei risultati

Definizione delle azioni e piano di miglioramento