

Customer Service Metrics

Misurare l'impatto dell'investimento in Customer Service sul bilancio aziendale



OBIETTIVI

Analisi dei punti chiave e dei nuovi principi in materia di Customer Satisfaction e metriche di gestione clienti

Valutare l'investimento nei processi di gestione dei clienti: dove investire e dove ridurre i costi

Come trasformare il servizio clienti in un'unità di business

Sviluppare delle metriche effettive per dimostrare il rapporto fra soddisfazione-lealtà e soddisfazione-redditività

Identificare le metriche più adeguate per monitorare il lavoro delle piattaforme di gestione di clienti

Analisi del comportamento del cliente sui canali web

DOCENTE

Armando De Lucia, Director, CRMPARTNERS

Laurea in Psicologia presso l'Università "La Sapienza" di Roma e successiva specializzazione in e-Business Management presso l'ISTUD, Istituto Studi Direzionali di Stresa. Consulente di direzione, è uno dei fondatori di www.crmvillage.it, comunità di pratiche sul Customer Relationship Management. Ha lavorato - in collaborazione con Cap Gemini Ernst & Young, Klaus Davi & Co, RasBank, - su progetti di comunicazione strategica, comunicazione interna, relazioni pubbliche e Customer Relationship Management. Ha collaborato, in qualità di docente, con ISTUD, IFOA, STOGEA, Università IULM di Milano, Ateneo Impresa, ICT Marketing University. Oggi è titolare della CRMPartners, studio associato di consulenza direzionale, e consigliere d'amministrazione di CrmIDEA, società di consulenza e formazione per Pmi.

DESTINATARI

- Responsabile Servizio Clienti
- Responsabile CRM
- Direttore Call Center
- Responsabile Post Vendita
- Uffici Contenziosi
- Uffici Reclami
- Direttore Commerciale



PRIMA GIORNATA

8.45 Registrazione dei partecipanti

9.00 **Le 4 strategie di customer service**

- Costo
- Necessità
- Vantaggio competitivo
- Espressione del brand

10.45 Coffee Break

11.00 **Introduzione alle metriche di gestione dei clienti:**

dalla Customer Satisfaction al LifeTimeValue

13.00 Colazione di lavoro

14.15 **Analisi dei metodi che vengono applicati nei modelli**

di Customer Service Metrics

- L'identificazione dell'ambito di attività: metriche costruite su misura
- Come identificare dove investire e dove ridurre le spese
- Come identificare gli elementi che aumentano la redditività

15.45 Tea Break

16.00 **L'analisi del Valore**

- Metodologie in uso per la valorizzazione degli asset intangibili
- Le metriche per valutare lo stato di salute della customer base

Esercitazione: misurare il valore dei clienti attivi

17.30 Conclusione della prima giornata

SECONDA GIORNATA

8.45 Registrazione dei partecipanti

9.00 **Analisi del canale telefonico e delle sue metriche**

- La progettazione del contact center come centro di profitto
- Individuazione dei KPI

10.45 Coffee Break

11.00 **Analisi del canale on-line e delle sue metriche**

- La progettazione del servizio:
 - La lettura delle statistiche di accesso e navigazione nel sito web
 - Il canale email e le sue metriche

13.00 Colazione di lavoro

14.15 **Oltre le metriche: l'approccio sistemico alla gestione**

del cliente

- Dalla gestione del reclamo alla gestione delle aspettative
- La "segmentazione del servizio"
- Il mito de "Il cliente ha sempre ragione": un approccio razionale alla psicologia del cliente
- Il caso Nordstrom

16.00 Tea Break

16.15 **Caso Pratico: verso un modello globale di gestione**

della soddisfazione e della lealtà del cliente

Discussione tra i partecipanti

17.30 Conclusione del corso e consegna degli attestati

Certificato d'iscrizione

DESIDERO PARTECIPARE AI SEGUENTI CORSI

INTERNET

QUOTE DI PARTECIPAZIONE

CORSO 2 GIORNI: € 1.640,00

+ 20% IVA per partecipante per corso

QUOTA MULTIPLA

CORSO 2 GIORNI: € 1.450,00

+ 20% IVA per partecipante per corso

Quota speciale riservata a 3 o più partecipanti della stessa azienda

TM67/01-02	PRIMA EDIZIONE
<input type="checkbox"/> Customer Service Metrics	<input type="checkbox"/> Milano, 19-20 novembre 2007
	SECONDA EDIZIONE
	<input type="checkbox"/> Milano, 1-2 aprile 2008
	SECONDA EDIZIONE
	<input type="checkbox"/> Milano, 3-4 aprile 2008

COME ISCRIVERSI

Segreteria Organizzativa:
Reed Business Information - Div. Lra
Viale Richard 1/a - 20143 Milano

Tel: 02 81830.274

Fax: 02 81830.411

E-mail: servizio.clienti@lra.it

INFORMAZIONI GENERALI

QUOTA DI ISCRIZIONE

Include la partecipazione al corso, il materiale didattico, i coffee break e le colazioni di lavoro.

ISCRIZIONE MULTIPLA

Quota speciale per 3 o più Partecipanti della stessa Società.

PRENOTARSI E ISCRIVERSI

Per effettuare l'iscrizione, compilate in ogni sua parte il Certificato di iscrizione, firmatelo e inviatelo all'indirizzo indicato. Al termine del corso i partecipanti riceveranno l'attestato di partecipazione.

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Si prega di provvedere al saldo della quota di iscrizione prima della data dell'incontro. Per l'emissione della fattura si prega di fornire tutti i dati richiesti di seguito. La fattura del corso verrà spedita a ricevimento del pagamento e comunque prima dell'inizio del corso.

VARIAZIONI DI PROGRAMMA

LRA si riserva la facoltà di rinviare, modificare o annullare il corso programmato dandone comunicazione via fax o e-mail ai partecipanti entro 3 giorni lavorativi prima della data di inizio corso; in tal caso suo unico obbligo è provvedere al rimborso dell'importo ricevuto senza ulteriori oneri.

RECESSO/MODALITÀ DI DISDETTA

In caso di impossibilità di partecipazione saremo sempre lieti di accettare un suo collega in sostituzione purchè il nominativo venga comunicato via fax almeno un giorno prima della data del corso. È possibile rinunciare all'iscrizione entro e non oltre il 10° giorno lavorativo precedente la data di inizio del corso comunicando la decisione del recesso per iscritto via fax allo 02.81830.411 oppure via posta per raccomandata con ricevuta di ritorno. In tal caso verrà restituita l'intera quota di iscrizione versata. Qualora la comunicazione della decisione di recesso avvenga dopo tale termine oppure avvenga di fatto per la mancata presenza al corso, sarà comunque dovuto l'intero importo. Qualora oltre i termini di recesso venga posticipata la partecipazione alla edizione successiva del corso, sarà addebitata la penale amministrativa aggiuntiva di Euro 200,00 + 20% IVA.

LRA È CERTIFICATA ISO 9001:2000



LRA È UN'ATTIVITÀ DI

Reed Business Information

La sede dei corsi verrà comunicata per iscritto una settimana prima della data dell'evento

COMPILARE TUTTI I CAMPI

DATI DELLA SOCIETÀ

Ragione Sociale		
Partita I.V.A.		
Codice Fiscale (se diverso da Partita I.V.A.)		
Indirizzo di fatturazione		
CAP	Città	Prov.
Tel.	Fax	
Settore di attività		n. dipendenti
Nome di riferimento per la fatturazione		
Fatturato annuo		

DATI AZIENDALI DEL PARTECIPANTE

Nome	Cognome	
Funzione	Ragione sociale	
Indirizzo		
CAP	Città	Prov.
Tel.	Fax	E-mail
Consenso alla partecipazione dato da:		
Funzione:		
<input type="checkbox"/> Menu classico	<input type="checkbox"/> Menu vegetariano	
Timbro	Firma	

MODALITÀ DI PAGAMENTO

L'importo sopra indicato Vi verrà trasmesso, prima della data dell'evento, mediante:

- assegno bancario - assegno circolare**
- bonifico bancario** sul c/c 100000017196 (San Paolo IMI Ag. 1 - Milano)
ABI 01025 - CAB 01601 IBAN IT 18 X 01025 01601 100000017196
intestato a Reed Business Information S.p.A. rif. LRA - Partita I.V.A. e Codice Fiscale 09293820156
Viale Richard, 1a - 20143 Milano
- c/c postale n. 33668666** (Reed Business Information S.p.A. - LRA)
- carta di credito** American Express Master Card CartaSi EuroCard
- N° _____ Scadenza _____
- Codice CCV2 (ultime 3 cifre sul retro) _____

Titolare	Firma
----------	-------

TUTELA DATI PERSONALI - INFORMATIVA

Informativa ai sensi dell'art. 13, d. lgs 196/2003: I Suoi dati saranno trattati, con modalità anche informatiche e senza particolari criteri di elaborazione, da Reed Business Information S.p.A., titolare del trattamento - Viale Richard 1/a, 20143 Milano (MI), per evadere la Sua richiesta di partecipazione al corso o convegno scelto e svolgere le attività a ciò connesse. Il conferimento dei dati anagrafici e di fatturazione sono obbligatori per il suddetto fine, il mancato rilascio dei restanti è facoltativo e non pregiudica il Suo diritto ad evadere la Sua richiesta. I Vostri dati personali possono essere trattati anche da soggetti terzi che svolgono attività strumentali al predetto fine, quali gli istituti di credito e altri soggetti che gestiscono i pagamenti, autonomi titolari di trattamento, tenuti a fornire specifica informativa ai sensi dell'art. 13, d. lgs 196/2003 sui trattamenti da essi eseguiti. Inoltre, previo consenso, i dati potranno essere trattati per fini di invio di informazioni commerciali, anche via fax e via e-mail, su altri servizi o prodotti del titolare. Le categorie di soggetti incaricati del trattamento dei dati per le finalità suddette sono gli addetti all'elaborazione dati e sistemi informativi e predisposizione di messaggi e-mail, al call center, alla gestione amministrativa e contabile. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs 196/2003 può esercitare i relativi diritti fra cui consultare, modificare, aggiornare o cancellare i Suoi dati, rivolgendosi al titolare al succitato indirizzo. Acconsente di ricevere materiale informativo su altri servizi e prodotti della nostra società, anche via e-mail e fax? sì no