

## Ascoltare e misurare la Voce del Cliente

I sistemi di ascolto delle esigenze e di misurazione della soddisfazione dei bisogni e delle aspettative della clientela costituiscono la risposta più efficace per consolidare e migliorare progressivamente la qualità dei processi di lavoro, delle prestazioni e del prodotto/servizio offerto. L'esplosione dei canali digitali e delle piattaforme social amplifica le opportunità di contatto e di interazione con il cliente a favore di una maggiore conoscenza e vicinanza emozionale con i clienti.

Il corso ha l'obiettivo di trasmettere metodologie e tecniche quali-quantitative a disposizione delle organizzazioni per favorire, raccogliere e interpretare la voce del cliente.

### Destinatari

Responsabili Servizio Clienti, Responsabili Assistenza, Responsabili Punti Vendita, Responsabili CRM, Responsabili Qualità, Responsabili della Comunicazione.

### Metodologia Didattica

Il corso alterna concetti teorici ad esercitazioni pratiche per fornire ai partecipanti un modello replicabile di indagine della voce del cliente attraverso tutti i canali di contatto oggi a disposizione.

**Durata:** 1 giorno + coaching individuale in remoto

### Obiettivi

- Riconoscere il valore di un corretto e attento presidio della relazione con la clientela, finalizzato all'identificazione e all'analisi delle aspettative e delle esigenze manifeste e latenti
- Sviluppare le conoscenze necessarie per progettare e realizzare un sistema di ascolto e misurazione della soddisfazione del cliente coerente con le finalità e le strategie dell'azienda
- Sperimentare l'utilizzo di specifiche e consolidate metodologie e strumenti di ricerca psico-sociale (intervista, questionario, focus group) per la rilevazione e il monitoraggio nel tempo della soddisfazione dei clienti
- Acquisire la capacità di elaborare e interpretare i dati quantitativi e qualitativi raccolti per avviare azioni di miglioramento dei processi di progettazione ed erogazione dei servizi offerti e promuovere azioni di marketing
- Condividere le opportunità dei nuovi canali digitali nello stimolare e raccogliere la voce del cliente.

### Programma

- Il processo di progettazione di un intervento di customer satisfaction: dalla fase di definizione degli obiettivi d'indagine e identificazione del campione alla fase di utilizzo e presentazione dei risultati
- Le metodologie e gli strumenti di raccolta dei bisogni manifesti e latenti e la misurazione della qualità percepita:
  - elaborare un questionario
  - progettare e condurre un focus group
  - progettare e condurre un'intervista
  - l'osservazione sul campo
- I principi e le tecniche di analisi e interpretazione dei dati raccolti: riconoscere e valorizzare la componente qualitativa della percezione dei clienti
- L'utilizzo del web e dei social per raccogliere con continuità i sentiment dei clienti
- Le strategie di comunicazione interna ed esterna dei risultati dell'indagine e la prospettiva del miglioramento continuo delle performance individuali e organizzative.

