

MISURARE LA CUSTOMER SATISFACTION (1GG)

Obiettivi del corso:

Acquisire le conoscenze necessarie per sviluppare, attraverso risorse interne aziendali, misurazioni di Customer satisfaction; come pianificare un'indagine di Customer satisfaction: dalla definizione del campione alla presentazione dei risultati emersi e verificare gli errori ed individuare i consigli per ottenere informazioni attendibili ed utili alle decisioni in azienda.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

MISURARE LA CUSTOMER SATISFACTION (1gg)

- ✂ Le tipologie di ricerche: come e quando utilizzarle (qualitative; quantitative; descrittive; causali);
- ✂ I fornitori specializzati di informazioni;
- ✂ L'utilizzo di internet per monitorare la Customer satisfaction;
- ✂ Il processo di ricerca di marketing: dalla definizione degli obiettivi alla presentazione dei risultati;
- ✂ I diversi metodi di indagine: osservazione, focus group, sondaggio, sperimentale;
- ✂ Il piano di campionamento: chi, quanti, come, dove e quando intervistare;
- ✂ La costruzione di un questionario per fare emergere il livello di soddisfazione ed individuare le aree di miglioramento e suggerimenti;
- ✂ Consigli pratici su come redigere un questionario;

- ✦ I metodi di contatto: internet, postale, telefonico e diretto;
 - ✦ Come aumentare il tasso di risposta e la qualità delle risposte;
 - ✦ Come superare le difficoltà e i timori nell'effettuazione di una ricerca sulla Customer satisfaction;
 - ✦ Analisi casi reali;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-