

CEM Masterclass

“Implementering af Customer Experience Management i praksis”

Indhold

1. Aktuelle trends - scenen sættes
2. Business case beregning af øget kundetilfredshed
3. Måling og varsling af kundetilfredsheden - praktisk implementering af Net Promoter Score konceptet
4. Customer Experience Management (CEM) værktøjskassen
5. Customer Journey Mapping som værktøj
6. Organisatorisk implementering af en kundeorienteret kultur
7. Den "Kundefokuserede lederrolle"
8. Topledelsens rolle i en kundeorienteringsproces

Implementering af Customer Experience Management i praksis

Målgruppe

- Direktion/topledelsesgruppen/stabsfunktionsdirektører.
- Divisionsdirektører/funktionsdirektører/chefer/salgs-/marketingchefer/HR chefer.
- Strategiansvarlige, Customer Experience ansvarlige, Chief Customer Officers, kundeanalyseansvarlige.

Formål og udbytte

At give den samlede topledelsesgruppe eller en udvalgt kreds af nøglepersoner:

1. Et samlet fællessprog og udførlig værktøjskasse til at kunne implementere øget kundeorientering i egen virksomhed.
2. At give et overblik over og en dyb indsigt i de nyeste teorier, værktøjer og cases om kundeorientering, Customer Experience Management, Net Promoter Score, Service Design mv.
3. En massiv inspiration med praktiske eksempler på og cases om, hvordan nogle af de mest kundeorienterede virksomheder arbejder på at opnå en højere kundetilfredshed og deraf afledt bedre bundlinje.

CEM Masterclass

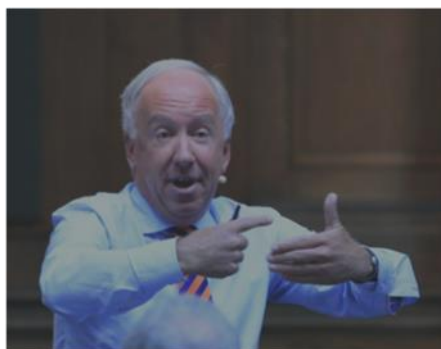
Når vi kalder det en "CEM Masterclass", er det et udtryk for, at der fagligt undervises på "CBS niveau", men dog med en meget betydelig mængde af praktiske eksempler/cases fra danske og internationale virksomheder.

Forberedelsesmøde

Med ledelsen drøftes det, hvad behov og formål med forløbet er, herunder forventninger til en eventuel strategi- og implementeringsplan for øget kundeorientering.

Skræddersyning

Indholdet tilpasses virksomhedens situation og behov.



Det er adm. direktør Klaus Lund, der personligt gennemfører alle CEM Masterclasses

Implementering af Customer Experience Management i praksis

<h3>1. Aktuelle trends - scenen sættes</h3> <ul style="list-style-type: none">• Kundeorienterings trends på vej mod 2020 - the big Picture.• Konsekvenserne af øget kundeindsigt og kundemagt.• New School - Paradigmeskiftet i arbejdet med kundeorientering. <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Assessment værktøj til brug for at gøre status på virksomhedens nuværende grad af kundeorientering.</i>	<h3>5. Customer Journey Mapping som værktøj</h3> <ul style="list-style-type: none">• Systematisk forbedring og udvikling af kundeoplevelserne igennem Customer Journey Mapping værktøjet i alle kanaler.• Sammenhæng og synergi imellem LEAN arbejdet og Customer Journey forbedringer. Kundefokuseret LEAN - praktiske erfaringer.• Customer Journey Mapping som redskab til at øge "udefra og ind" - tænkningen i dagligdagen.• Voice of Customer - strategier for kundedrevet inspiration/innovation. <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Inspirations- og tjekliste til arbejdet med forbedring af kundeoplevelserne med udgangspunkt i Customer Journey Mapping.</i>
<h3>2. Business case beregning af øget kundetilfredshed</h3> <ul style="list-style-type: none">• Hvad er business casen i øget kundetilfredshed?• Hvordan beregner man business casen i øget kundetilfredshed?• Lønsomheden i at gå fra tilfredse til meget tilfredse kunder.• Hvad betyder f.eks. en halvering af kundefrafgangen for vækst og bundlinjen? <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Inspirations- og tjekliste til udarbejdelse af business casen i øget kundetilfredshed/kundelojalitet.</i>	<h3>6. Organisatorisk implementering af en kundeorienteret kultur</h3> <ul style="list-style-type: none">• Strategi for øget kundeorientering - De 12 indsatsområder.• Hvordan tilrettelægges bedst en samlet implementeringsproces af øget kundeorientering?• Træning og uddannelse af ledere og medarbejdere i øget kundeorientering og CEM/NPS forståelse.• HR's bidrag til at skabe en kundeorienteret kultur. <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Strategi for øget kundeorientering - Assessment og valg af de vigtigste indsatsområder.</i>• <i>HR's 10 bidrag til en kundekultur.</i>• <i>7 overvejelser og gode råd i forbindelse med organisatorisk mobilisering til øget kundeorientering.</i>
<h3>3. Måling og varsling af kundetilfredsheden - Praktisk implementering af Net Promoter Score konceptet</h3> <ul style="list-style-type: none">• Strategier for måling og varsling af kundetilfredsheden på BtB og BtC markeder.• Overordnede kundetilfredshedsmålinger versus Touch Point/Moment of Truth målinger - gode råd og erfaringer.• Net Promoter Score konceptet - strategisk, taktisk og operationel anvendelse af NPS i dagligdagen.• Fra Net Promoter Score til kundeorienteret adfærd i alle Touch Points - hvordan gør man? <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Assessment og revitalisering af eksisterende kundetilfredshedsmålinger.</i>• <i>5 gode råd til at forbedre Net Promoter Scoren.</i>	<h3>7. Den "Kundefokuserede lederrolle"</h3> <ul style="list-style-type: none">• Sammenhæng imellem ledelseskvalitet, medarbejdertilfredshed, kundetilfredshed og bundlinjen.• Den personlige "Kundefokuserede lederrolle" - lederen som kunderolle model.• Kundefokus med i MUS/PU samtaler. <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Self assessment værktøj: De 6 lederroller i "Kundefokuseret ledelse".</i>
<h3>4. Customer Experience Management (CEM) værktøjskassen</h3> <ul style="list-style-type: none">• De emotionelle elementer og sansernes betydning for den totale kundeoplevelse.• CEM strategier - operationalisering af arbejdet med de emotionelle elementer i kundeoplevelserne.• Service Design af adfærd i mødet med kunderne. <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>"Sense Guardian" konceptet - en systematisk metode til arbejdet med de emotionelle elementer.</i>• <i>8 gode råd til Service Design af de kundeorienterede medarbejders adfærd.</i>	<h3>8. Topledelsens rolle i en kundeorienterings proces</h3> <ul style="list-style-type: none">• Top down versus bottom up forbedringsprojekter.• Topledelsens rolle når man skal gå fra projektfasen til, at det bliver en ægte kundekultur.• Integrering af kundeorientering overalt i "årets gang" i virksomheden. <p><i>Værktøjer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Topledelsens rolle - 5 anbefalinger.</i>