

בית ספר לחווית לקוח CX – מחזור 6

תוכנית הקורס

מפגש 1: אסטרטגית ניהול חווית לקוח			
ממצים	תיאור	נושא	
	מרכזיות הלקוח, כלכלה התנהגותית וחווית לקוח ומה שביניהם	גישת חווית לקוח	
	Customer Lifetime Value איך להצדיק לעסק את ההשקעה במטרה לשפר ביצועים עסקיים	החזר השקעה בלקוח	
	מדידת שימור, גידול פעילות, יעילות, נאמנות, ציפיות, מאמץ, NPS	מדידה ומדדים בחווית לקוח	
	שינויים בתפקוד הרגולטור, התארגנות לקוחות, ידע ומקצוענות	העצמת הלקוח	
	התמקדות בקמעונאות	מרצה מהשטח	

מפגש 2: ניהול יחסים על פי עקרונות ה- Engagement			
ממצים	תיאור	נושא	
	שלבים ונקודות מפתח ביחסים	ניהול חוויה לפי מחזור חיי לקוח	
	עקרונות השיטה	Customer Success	
	איך בונים תוכנית נאמנות ומועדון לקוחות	תוכנית נאמנות	
	הצעות מבוססת נתונים, תוכן, אירועים	פרסונליזציה	
	התמקדות בשירותים פיננסיים	מרצה מהשטח	

מפגש 3: עיצוב מסע לקוח			
מרכזים	תיאור	נושא	
	מיפוי רגשות, פרסונות, שלבים, שיטות מיפוי	מיפוי המסע	
	רגעי קסם, רגעי זמללות, עובדים, מערכות, מדיניות	זיהוי רגעי אמת	
		פתרונות ומנופים	
		מדידה ואנליזה	
	התמקדות במוצרי צריכה	מרצה אורח	

מפגש 4: ניהול ערוצי מגע			
מרכזים	תיאור	נושא	
	מאפייני החוויה בערוץ והדגשי ניהול	ערוץ פרונטאלי	
	מאפייני החוויה בערוץ והדגשי ניהול	טלפוני וצ'אט	
	מאפייני החוויה בערוץ והדגשי ניהול	שירות עצמי	
	מאפייני החוויה בערוץ והדגשי ניהול	שירות במדיה חברתית ואומניצ'אנל	
	התמקדות בשירותים ממשל ושירות ציבורי	מרצה אורח	

מפגש 5: תוכנית קול הלקוח Voice Of Customer			
מרכזים	תיאור	נושא	
	סקירה ומודלים	רכיבי תוכנית VOC	
	סוגים, טריגרים ומרסונליזציה	סקרים רציפים	
	מתודולוגיה וכלים	ניטור מדיה חברתית	
	שילוב קול העובד כחוליה המשפיעה על חווית הלקוח	סקרי עובדים	
	התמקדות ב-B2B	מרצה אורח	

מפגש 6: דיגיטל וחדשנות			
מרצים	תיאור	נושא	
	מתווה, מנופים, ונקודות מפתח	טרנספורמציה דיגיטלית	
	בינה מלכותית לחיזוי, אופטימיזציה, פרסונליזציה ורובוטיזציה	AI בניהול חווית לקוח	
	שיבוש, מוצרים חדשניים ודיגיטציה של תהליכים עסקיים	מוצרי שירות חדשניים	
	חם, מתחמם, לוחט	מגמות חדשניות בניהול חווית לקוח	
		חווית סיום	