



POLITECNICO
MILANO 1863

CORSO

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT: «IL CLIENTE AL CENTRO»

Obiettivi

Il corso è rivolto al personale del Politecnico di Milano che gestisce rapporti con la clientela (interna all'organizzazione ed esterna), con l'obiettivo di:

- aumentare nei partecipanti la consapevolezza del loro ruolo strategico nel raggiungimento della soddisfazione del cliente e quindi nell'orientamento delle sue scelte / comportamenti futuri;
- sensibilizzare i corsisti ad un atteggiamento attento e proattivo verso la clientela, orientato non solamente all'efficienza e alla qualità "tecnica del servizio", ma alla costruzione di una relazione soddisfacente di fiducia reciproca;
- rinforzare nei partecipanti alcune competenze chiave per una gestione efficace delle relazioni con il cliente in una logica continua di customer relationship management;
- affinare alcune tecniche di gestione dell'emotività per un servizio alla clientela più efficace, specie nelle situazioni «delicate»

Contenuti

I contenuti trattati durante il corso riguarderanno:

- l'antifragilità e la gestione del cambiamento: il cambio di scenario e gli impatti nella professione
- la soddisfazione del cliente come obiettivo strategico: il customer relationship management
- l'identità di ruolo: consapevolezza e valorizzazione
- le responsabilità professionali nell'orientamento al cliente: attenzione al servizio e cura della relazione
- la capacità di guidare la clientela: affidabilità, responsabilità e comunicazione persuasiva
- la costruzione di una relazione soddisfacente con il cliente: azioni a valore ed errori da evitare
- la gestione della clientela difficile: la comunicazione diplomatica ed il comportamento positivo
- la gestione dell'emotività e della frustrazione nelle situazioni con il cliente delicate

Programma

Vista la situazione «particolare» del momento collegata al COVID19 che rende difficile una formazione tradizionale d'aula, il corso si propone in modalità "virtual class" su Teams.

Al fine di favorire il massimo coinvolgimento dei presenti (la formazione a video è più stancante della modalità aula) si propone un'azione formativa articolabile in 4 moduli:

Modulo 1 (3 ore)	Antifragilità e gestione del cambiamento
Modulo 2 (3 ore)	Orientamento al cliente: il CRM
Modulo 3 (3 ore)	Diplomazia e comunicazione positiva
Modulo 4 (3 ore)	La gestione delle situazioni delicate: l'intelligenza emotiva

Docente

Dott. Gabriele Mondini – Dolmen Consulenza e Formazione