



NEW

DESIGNING AN EXCEPTIONAL CUSTOMER EXPERIENCE

Menjawab Masalah Apa

Saat ini pelanggan memiliki pilihan berbagai produk maupun layanan untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga loyalitas pelanggan menjadi tujuan yang semakin sulit dicapai. Bagaimana perusahaan menciptakan layanan yang konsisten dan membuat pelanggan agar kembali lagi?

Pengalaman pelanggan (*Customer experience/CX*) menjadi kunci pembeda dengan pesaing dan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan produk di pasaran. Oleh karena itu, strategi CX perlu dirancang dengan baik agar pelanggan bukan hanya merasa puas melainkan mampu meninggalkan kesan yang memorable dalam benak pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Proses perancangan diawali dengan pemahaman terhadap pelanggan seperti karakteristik pengguna jasa *offline* maupun *online* yang saat ini sedang mengalami perkembangan yang pesat, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan CX serta mengintegrasikan inisiatif dengan keseluruhan strategi perusahaan.

Manfaat Apa yang Anda Peroleh

Setelah mengikuti pelatihan ini peserta akan mampu:

- Konsep *Customer Experience (CX)*
- Perilaku konsumen yang mempengaruhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- Pemetaan *customer journey* saat ini dan langkah untuk meningkatkannya
- Tahapan merancang strategi CX.

Apa Saja yang Dibahas

- Konsep *Customer Experience (CX)*
- *Customer Journey Mapping*
- Mengelola *Offline & Online CX*
- Tahapan merancang strategi CX dan serta mengintegrasikan inisiatif dengan keseluruhan strategi perusahaan
- Implementasi penerapan CX yang efektif

Siapa yang Perlu Ikut

Manajer dan Supervisor yang terlibat dalam menciptakan atau mengelola pengalaman pelanggan, mulai dari pemasar hingga pakar strategi hingga analis bisnis

Problems To Be Addressed

Nowadays, customers retains several options of various products or services to choose to fulfill their needs, hence customer loyalty is getting more difficult to achieve. How company will be able to create consistent service and to attract customer to return to buy the goods/services?

Customer experience (CX) becomes the key difference against the competitor and it also becomes one of the factors to determine the success of product in the market. Thus, CX strategy has to be well planned, in order that the customer will not only be satisfied, rather it will be able to create a memorable impression within customer's mind to create customer royalty.

The planning process is started with understanding of the customer itself, such as the characteristic of off-line or on-line users, which nowadays is showing a tremendous progress, with the final objective is to increase CX and to integrate the initiatives with the whole company strategy.

Objectives

Having attended this program, participants are expected to be able to:

- *Understand regarding the concept of Customer Experience (CX)*
- *Understand the consumer behavior which influences the needs and wants of customer*
- *Understand on how to map the current customer journey and recognize the steps to enhance it*
- *Understand the steps on how to plan CX strategy*

Subjects Covered

- *Concept of Customer Experience (CX)*
- *Customer Journey Mapping*
- *Managing the Offline & Online CX*
- *Steps to plan the CX strategy and to integrate the initiatives with the whole company strategy*
- *Effective CX implementation*

Who Should Attend

Manager and Supervisor that are involved in creating or managing customer experience, including marketer, strategy expert and business analyst

IDR 4.400.000