

CUSTOMER EXPERIENCE AND OPEN INNOVATION

Advanced Level



- **Referência:** Customer Experience and Open Innovation
- **Duração:** 24 horas

Objetivos

- Desenvolver estratégias que permitam diminuir os processos burocráticos
- Entender como criar uma cultura que suporte a inovação
- Aplicar o método de “Open Innovation”, observar e entender as necessidades dos clientes
- Desenvolver experiências flash e protótipos com os utilizadores e desenvolver previsões de Mercado
- Aprender as bases essenciais sobre satisfação do cliente e personalidade da marca
- Aprender a desenhar um programa de “Experiência do Cliente”, passo-a-passo

Destinatários

- Diretores de Marketing
- Gestores de Marketing e/ou Vendas
- Gestores de Desenvolvimento de Negócio
- Gestores Operacionais
- Gestores de Projeto

Materiais

- Handouts do Curso
- Exercícios

Programa

- 1. Enquadramento**
- 2. O que é a Experiência do Cliente e a Gestão da Experiência do Cliente?**
 - Experiência do Cliente excepcional
 - Experiência emocional e subconsciente
- 3. Orientação para o cliente**
 - Journey Mapping, Employee Engagement & Multi Channel Strategy
 - Definir a Estratégia Geral e Desenhar um Programa de Gestão da Experiência do Cliente
- 4. Como pôr em prática um Programa de Experiência do Cliente**
 - Aplicar processos de Open Innovation
 - Aplicar a metodologia de Design Thinking
 - Desenhar o Modelo de Serviço e a Proposta de Valor
 - Desenhar a Experiência, passo-a-passo
- 5. Como criar uma Gestão de Clientes efetiva**
 - Definir e aplicar as métricas certas
 - Registrar a informação chave
 - Construir uma ferramenta de medição assertiva
 - Envolver os stakeholders certos