

Badanie satysfakcji klienta w ramach systemów zarządzania jakością

Opis

Część klientów rezygnuje z usług firmy z powodu złego poziomu obsługi. Jak temu zaradzić? Jak przeciwdziałać utracie klienta zanim będzie za późno? Czy da się odzyskać utraconego klienta? Dlaczego warto na bieżąco poprawnie zbierać dane na temat poziomu satysfakcji klienta i analizować je odpowiednią metodą? Na te i inne kluczowe pytania postaramy się odpowiedzieć w trakcie szkolenia, szczególnie podczas warsztatów praktycznych. W trakcie zajęć uczestnicy poznają metody i techniki właściwego przeprowadzania badań satysfakcji klientów, poznają ich rodzaje oraz sposoby analizowania wyników.

Cele szkolenia

- dostarczenie kompleksowej wiedzy na temat metod, technik, sposobów badania zadowolenia klientów,
- analizowanie wyników, oczekiwań klientów i osiągania przewagi nad konkurencją.

Korzyści dla uczestników

1. Poznanie metod i technik zbierania oraz przetwarzania informacji o kształtowaniu się satysfakcji klientów,
2. Zdobywanie umiejętności z zakresu badań satysfakcji klienta,

Metody szkolenia

1. Inspirująca dyskusja na przykładach
2. Prezentacja multimedialna
3. Warsztaty i ćwiczenia praktyczne
4. Studium przypadku

Profil uczestnika

Właściciele marki, kierownicy produktu, dyrektorzy marketingu, pracownicy działów marketingu, pełnomocnicy systemów zarządzania jakością, pracownicy działów jakości, handlowcy, sprzedawcy.

Czas trwania

16 godzin dydaktycznych (8 x 45 minut = 7 godzin zegarowych) - 2 dni w tym 2 przerwy po 15 minut i jedna 45 minutowa lunchowa.

Program szkolenia

1. Wstęp:

- przedstawienie się prowadzących oraz uczestników,
 - sprawy organizacyjne, przedstawienie programu i zasad wspólnej współpracy.
2. **Satysfakcja klienta jako jeden z wyznaczników powodzenia przedsiębiorstwa na rynku**
 3. **Podstawowe pytania marketingu 3.0 w zarządzaniu jakością, technika mind mapping'u**
 4. **Metody zbierania informacji o kształtowaniu się satysfakcji klienta**
 - SMART - budowanie celów badania satysfakcji
 - metoda Kano
 - metoda QFD - pierwszy dom jakości, badanie korelacji wymagań klienta z możliwościami firmy, tłumaczenie języka klienta na język firmy
 5. **Budowanie i wykorzystywanie formularzy**
 - Podstawowe zasady formułowania pytań
 - Rodzaje pytań
 - Skale pomiarowe - dobór w konkretnych badaniach
- 7. Metody "twarde" badania satysfakcji klienta: CSI, SERVQUAL, SERVPERV, NPS**
- Esencja metodologii
 - Przygotowanie formularzy i danych

- Obliczanie wskaźników, wyznaczanie trendów
- Kryteria wyboru metod
- Analiza wyników, wyciąganie wniosków i działania korygujące zgodnie z **PDCA**
- Przećwiczenie każdej z metod

8. Metody "miękkie": IP, SWOT, CIT, MS (Mystery Shopping):

- Esencja metodologii
- Przygotowanie formularzy i danych
- Wyznaczanie trendów, zachowań, korelacji
- Kryteria wyboru metod
- Analiza wyników, wyciąganie wniosków i działania korygujące zgodnie z **PDCA**
- Przećwiczenie każdej z metod