

Customer Experience Management

- Kierunek - studia podyplomowe

Niestacjonarne 2 semestry Rekrutacja zakończona **OD PAŹDZIERNIKA**

Cel studiów

Celem studiów jest nie tylko przygotowanie właścicieli, menedżerów i pracowników firm do kompleksowego zastosowania takiego podejścia, wdrożenia strategii i narzędzi z zakresu Customer experience management, ale również przekazanie wiedzy, najnowszych rozwiązań i przykładów skutecznej komunikacji z klientami, zmiany myślenia i podejścia na takie, które jest oparte o empatię, szacunek i kulturę komunikacji z klientami. Filozofia Customer experience management nie tylko zmienia wewnątrz podejście do prowadzenia biznesu ale skutkuje wzrostem zaangażowania pracowników, zadowolenia klientów, jakości oferowanych produktów i usług jak również obniża koszty we wszystkich obszarach funkcjonowania firmy.

Co zyskujesz?

- Zyskasz nową perspektywę prowadzenia biznesu, zarządzania pracownikami i współpracy z klientami opartą o budowanie relacji, słuchanie głosu klientów i pracowników.
- Nauczysz się szerokiego spojrzenia na czynniki wpływające na doświadczenie klientów, które determinują chęć bądź jej brak do podjęcia współpracy i/lub jej kontynuacji z firmami.
- Dowiesz się, w jaki sposób zbudować i wdrożyć w firmie kulturę ciągłego doskonalenia opartą o zarządzanie doświadczeniem i oczekiwaniami klientów zwiększającą jakość i wydajność pracowników z jednej strony i wzrost zaangażowania i pozytywnych relacji z klientami z drugiej.
- Zdobędziesz najnowszą wiedzę i praktyczne, gotowe do wdrożenia rozwiązania od praktyków CEM.
- Poznasz narzędzia do skutecznej zmiany podejścia w zarządzaniu relacjami i oczekiwaniami klientów.
- Zdobędziesz nowy, atrakcyjny zawód przyszłości – Customer experience managera – managera ds. zarządzania relacjami z klientami.

Dla kogo?

- Studia skierowane są do osób pragnących zdobyć nowe kompetencje w zakresie CEM.
- Właściciele i managerowie wszystkich firm z wszystkich sektorów pragnący zbudować przewagę konkurencyjną poprzez oparcie zarządzania firmą o zarządzanie relacjami z klientami.
- Pracownicy i managerowie działów marketingu, sprzedaży i obsługi klienta chcący podnieść swoje kompetencje, jakość i efektywność pracy.
- Osoby odpowiedzialne za wdrażanie i koordynowanie działań związanych z jakością oraz planowaniem i koordynowaniem procesów doskonalących w firmach.
- Wszystkie osoby, niezależnie od dotychczasowego wykształcenia i doświadczenia, które opierają swój sposób działania na empatii, relacyjności i szacunku do drugiego człowieka.

Program studiów

PARTNER KIERUNKU:

Partnerem kierunku jest firma Think Customer świadcząca kompleksowe usługi i doradztwo w zakresie Customer experience management, zarządzania marką i budowy długotrwałych relacji z klientami.



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **172**



Liczba zjazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

WIEDZA O KLIENCIE (36 godz.)

- Poznaj mózg swojego Klienta (8 godz.)
- Voice of Customer i customer data (6 godz.)
- Budowanie relacji i skuteczna komunikacja z klientem (10 godz.)
- Persona - zbuduj prawdziwy obraz swojego Klienta (6 godz.)
- Metody badań opinii i satysfakcji klientów (6 godz.)

FIRMA W PROCESIE ZMIAN (54 godz.)

- Etyka w biznesie (8 godz.)
- Istota CX i CEM (6 godz.)
- Audyt CX - co i jak badać przygotowując firmę do wdrożenia CEM (6 godz.)

- Budowa i wdrażanie strategii CEM (10 godz.)
- Lider w procesie zarządzania zmianą (8 godz.)
- Employee experience czyli jak doświadczenia pracowników wpływają na doświadczenia Klientów (12 godz.)
- Aspekty prawne w zarządzaniu relacjami z Klientami. Jakie prawa ma Klient. Jakie obowiązki ma firma? Prawa i obowiązki stron (4 godz.)

ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTAMI (50 godz.)

- CRM - programy do zarządzania Klientami (6 godz.)
- Mapowanie podróży Klienta (6 godz.)
- Product and service experience - Jak projektować produkty i usługi dla klientów (8 godz.)
- Programy lojalnościowe (10 godz.)
- Zarządzanie zmianą (10 godz.)
- Zarządzanie procesami nakierowanymi na klienta (10 godz.)

WDRAŻANIE CEM - CASE STUDIES (24 godz.)

- CEM w branży bankowo-finansowej (8 godz.)
- CEM w branży turystyczno-hotelarskiej (8 godz.)
- CEM w średniej wielkości firmie produkcyjno-usługowej (8 godz.)

PROJEKT I SEMINARIUM DYPLOMOWE (8 godz.)

- Seminarium dyplomowe
- FORMA ZALICZENIA: testy semestralne i egzamin końcowy polegający na obronie projektu

Wykładowcy

Anna Gapińska

Właścicielka i **dyrektor zarządzająca Think Customer**. Marketing Interim Manager. Trener. Praktyk biznesu z blisko dwudziestoletnim doświadczeniem zawodowym, w tym w strategicznym doradztwie w zakresie zarządzania marką, marketingu, wsparcia sprzedaży, budowy długotrwałych relacji z Klientami i employer branding. Na co dzień wspiera firmy w zakresie customer experience i employee experience i doradza jak skutecznie wzmocnić świadomość marki w oczach Klientów, poprawić efektywność działań oraz budować kulturę firm opartą na kliencie.

Janusz Kamiński

Konsultant, menedżer, przedsiębiorca z 25-letnim stażem w doradztwie. Od 2004 r. Prezes zarządu polskiej firmy

doradczej EC sp. z o.o.. Promotor i prekursor w Polsce strategii CX/CEM (Customer Experience Management), którą z powodzeniem stosuje do podnoszenia skuteczności biznesowej licznych przedsiębiorstw. W swojej karierze doradzał zarządom firm nie tylko w Polsce, ale i poza jej granicami – w Czechach, Danii, Holandii, Niemczech, Rumunii oraz Wielkiej Brytanii. Wspierał procesy formułowania i realizacji skutecznych strategii m.in. w: Alior Bank, Auchan, Bank Pekao, Basell Orlen Poliolefins, Chiesi, DAFA, DANONE, Deni Cler, Edipresse, Eltel Networks, First Data, Generali, Grupa Żywiec, innogy, Play, Raiffeisen Polbank, Reckitt Benckiser.

Konsultant akredytowanego przy Chartered Institute of Marketing programu Professional Diploma in Marketing. Ma za sobą liczne wystąpienia na konferencjach w Polsce i na świecie (m.in. Berlin, Budapeszt, Shanghai, Vancouver). Jego artykuły publikują najlepsze czasopisma biznesowe w Polsce, a prowadzony od listopada 2012 r. blog w tematyce strategii biznesowych oraz CX/CEM ma już ponad 1,9 mln wejść.

Adam Latek

Hotelarz, doradca biznesowy, pasjonat. Członek Polskiej Izby Hotelarzy. Certyfikowany trener programu „Food & Beverage Manager” amerykańskiego stowarzyszenia przewoźników lotniczych IATA. Wykładowca Szkoły Głównej Turystyki i Hotelarstwa uczelni Vistula w Warszawie.

Koordynator kierunku „Hospitality” – unijnego programu „Intertour” mającego kształcić hotelarzy, którzy będą pracować na całym świecie.

Brał udział w otwarciach ponad 16 hoteli w Polsce i za granicą. Pomagał wprowadzić na polski rynek hotele marki Best Western.

Na co dzień współpracuje z inwestorami hotelarskimi, którym pomaga prowadzić obiekty hotelowe zgodnie ze sztuką gościnności. Prowadzi szkolenia dla hotelarzy praktyków. Współpracuje z międzynarodowymi sieciami hotelowymi i uczelniami hotelarskimi w Europie.

Pracował w międzynarodowych sieciach hotelarskich, m.in.: IHG, ACCOR, Choice Hotels, Hilton.

Marta Filipowicz

Konsultant biznesowy w zakresie customer experience, zarządzania zmianą i HR. Coach, mentor, trener biznesu. Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w pracy w międzynarodowym środowisku w branży FMCG w obszarach marketingu, sprzedaży, customer care i customer experience.

Jest akredytowanym coachem i mentorem na poziomie EMCC Practitioner. Wspiera firmy i osoby indywidualne w przechodzeniu przez zmiany. Działa jako mentor w Fundacji Liderów Biznesu.

W ostatnich latach pracy w firmie Philip Morris, współtworzyła funkcję Customer Experience poprzez wypracowanie wspólnie z całą organizacją wizji CX, zbudowanie zespołu oraz wprowadzenie procesu testowania nowych pomysłów z klientami. Zainicjowała zmianę standardów obsługi klienta dla pracowników sklepów IQOSa oraz agentów info-linii. Wspólnie ze swoim zespołem przeprowadziła szereg projektów usprawnienia oferowanych usług metodą service design.

Była odpowiedzialna za wprowadzenie pierwszej marki w kategorii produktów do podgrzewania tytoniu (IQOS) na rynek polski. Kierowała wtedy wielofunkcyjnym zespołem składającym się z przedstawicieli wszystkich głównych

funkcji (start-up w ramach korporacji). Odegrała kluczową rolę w tworzeniu działu Customer Care oraz projektowaniu wielu nowych procesów związanych z obsługą klienta.

Właścicielka firmy 100 stories zajmującej się konsultacjami biznesowymi, prowadzeniem szkoleń oraz wspieraniem rozwoju firm i osób indywidualnych poprzez coaching & mentoring.

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

W Wyższej Szkole Bankowej szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie, w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które owocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe w WSB i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2295 zł

	Rok nauki	Czesne
9 rat	1 rok	510 zł

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stopniowane

	Rok nauki	C z e s n e
normal_price rat	price_after_promotion rat	

Ceny dla absolwentów WSB

Studia to inwestycja, która się zwraca

W Wyższej Szkole Bankowej szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie, w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które owocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe w WSB i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2295 zł

	Rok nauki	Czesne
9 rat	1 rok	510 zł

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stopniowane

	Rok nauki	C z e s n e
normal_price rat	price_after_promotion rat	