

חוויית לקוח בעידן הכלכלה החדשה

"Start With The Customer Experience and Work Backwards"

Steve Jobs

החברות המצליחות בעולם ביצירת חוויית לקוח ייחודית הן גם אלו שמראות ביצועים עסקיים טובים בהרבה משל המתחרות. לאור התחרות על המחיר, קצב השינויים בציפיות הלקוח והשינויים הטכנולוגיים התכופים, שיפור בחוויית לקוח הופך לאסטרטגיה מובילת שקשה לחקות.

משברים יוצרים שינוי בציפיות ובהתנהגות צרכנים מחד, והאיץ שינוי בתהליכים ארגוניים מאידך. מה שברור הוא, שנראה תופעה דומה לזו שראינו לאחר משברים קודמים: חברות שהצטיינו בחוויית לקוח יצאו מהמשבר מהר יותר ומחוזקות יותר.

אנו רואים שארגונים מחפשים את אותם מנהלים ואנשי מקצוע שיפתחו את הנושא בארגון ויטמיעו אותו. ומאחר וזו דיסיפלינה חדשה יחסית בעולם העסקי, חשוב מאוד ללמוד אותה מהמומחים הטובים ביותר ובצורה מסודרת במקום לנסות להמציא את הגלגל.

הקורס שבנינו הוא המקום לקבל בו את הכלים והפרקטיקות כדי להצליח בתפקיד, להוביל את השינויים הנדרשים בעת הזו ולממש במלואו את הפוטנציאל העיסקי הטמון בחוויית הלקוח מצויינת.

בקורס נעסוק בסקירת הפרקטיקות, נשלב Case studies רלוונטיים מחברות בעלות שם עולמי בתחום חוויית הלקוח (Fiverr, Lego, Virgin, New Zealand Airlines, WeWork, ואחרות) ונתמקד במגמות, כלים וביכולות לניהול חוויית הלקוח בעידן הכלכלה החדשה ולאור השינויים בהתנהלות הצרכנים אחרי משבר הקורונה.

הקורס בנוי לפי אבני הבניין של הארגון העולמי לחוויית לקוח.

מה יהיה לנו בקורס?

- תפישות חדשניות, כלים ותהליכים יישומיים ליצירת אסטרטגיית חוויית לקוח שקשה להתחרות בה
- שילוב של כלים ומתודות מעולמות ה- Design Thinking, Creative Collaboration, Lean Startup בהם משתמשים בחברות הכלכלה החדשה כדי לפתח וליישם חדשנות בחוויית לקוח
- מתודות, מגמות ומחקרים בנושא ציפיות וחוויית הלקוח בעידן של ה- Post Covid-19
- מיקוד והסתכלות כוללת end-to-end על חוויית הלקוח בראייה רב ערוצית
- מרצים מחברות הכלכלה החדשה: Fiverr, Payoneer, Monday ונוספים
- ניתוחי ארועי ודוגמאות רלוונטיות לארגוני B2B ו-B2C
- למידה פרקטית באמצעות סדנאות ותרגול מעשי
- שילוב של למידה חווייתית (הפעלת המוח הימני) באמצעות סדנאות ייחודיות שהותאמו במיוחד לקורס: סדנת אימפרוב, סדנת צילום, ועוד
- התפתחות טכנולוגית והתפתחות בעולם המידע Big data & Martech והשפעתן על עולם חוויית הלקוח

המפגשים יתקיימו בימי שלישי בין השעות 9:00-13:00 באמצעות Zoom
מפגשים 1, 2, 4 ו- 8 יתקיימו פרונטלית באזור המרכז

16.5.23 | מפגש 1 – מפגש פרונטלי

נעים להכיר: אסטרטגיית חווית לקוח

מגמות בעולם חווית הלקוח, כולל השינויים בעקבות ולאחר תקופת ה- Post Covid-19, ציפיות הלקוח – 2023 Customer, איך ליצור את ה- Sense of urgency לתוכנית חווית לקוח בארגון והקשר בין CX לאסטרטגיה העסקית וערכי החברה.

איך נבנסים לנעלי הלקוח – סדנת יצירת מפת אמפתיה

23.5.23 | מפגש 2 – מפגש פרונטלי

הגדרת חזון חווית לקוח

סדנת ערכים - כוכב הצפון של הטמעת חווית לקוח בארגון. הסדנה כוללת את הצגת ופיתוח מודל ערכי חווית לקוח פוקנציונליים ואמוציונליים.

סדנה צילום חוויתית – "תמונה שווה אלף מילים". איך מעבירים את ערכי החוויה

30.5.23 | מפגש 3

הבנת הלקוח - Customer Insight

VOC - Voice of Customer, מידע פנימי וחיצוני וטכניקות לאיסוף מידע (לדוגמה רשתות חברתיות, מחקרים אתנוגרפיים) והשימוש באנליטיקה בעולם של Big data, הגדרת פרסונות, empathy map, איך יוצרים חוויות שונות ללקוחות שונים

הרצאות אורח – מנהלים מחברות הכלכלה החדשה

6.6.23 | מפגש 4 – מפגש פרונטלי

תגדירו חוויה: סדנת בניית מסע לקוח

סדנת מיפוי ועיצוב מחדש של מסע לקוח באמצעות מתודולוגיית עבודה סדורה - סדנה חוויתית שתיתן לכם כלים מעשיים וטכניקות עבודה לבניית מסעות לקוח כחלק בלתי נפרד משיפור חווית הלקוח בארגון. הסדנה כוללת מיפוי המסע הקיים, זיהוי נקודות כאב, זיהוי moments that matter, זיהוי הזדמנויות להביא למצויינות את ערכי המותג (לחזק את החוזקות) ולייצר חוויה מبدלת. הסדנה כוללת שימוש בטמפלטים מובנים לזיהוי פרסונות, מסעות וכלים מעולם ה- Design Thinking.

13.6.23 | מפגש 5

מידת חווית לקוח

מה הם מדדי חווית לקוח ואיך מודדים חווית לקוח? החיבור בין נתונים X Data (eXperience) ל- O Data (Operational) כדי לייצר את הקשר בין מדדי CX לתוצאות עסקיות ולהניע את הארגון לפעולה שתייצר שיפור מתמיד. איך יוצרים את ה- Business case של החוויה.

20.6.23 | מפגש 6

און ליין, אופ ליין – טכנולוגיות תומכות חווית לקוח

בין ערך לטכנולוגיה – עיצוב וניהול נכון ומתקדם של חווית הלקוח הרב ערוצית על פני נקודות המגע השונות. מהם הכלים והטכנולוגיות בעולם ה- Martech שאתם צריכים להכיר.

חוויית לקוח בעידן הדיגיטלי – ניהול חוויית לקוח רב ערוצית, תוך מיקוד באתגרים בהטמעת חוויית הלקוח בארגון בדגש על תקשור פנימי, הדרכות וכלים לחיזוק התרבות בארגון, בעיקר לאור התקופה באחרונה בה כולנו מצאנו את עצמנו עוברים לאינטרקציות דיגיטליות, סינכרוניות וא-סינכרוניות.

27.6.23 | מפגש 7

ניהול חוויית העובד

חוויית עובד וחוויית לקוח הם שני צדדים של אותו מטבע. מחקרים מראים כי התנאי לחוויית לקוח מעולה היא חוויית עובד מעולה. איך משתמשים בכלים של חוויית לקוח כדי ליישם במסעות של העובדים בארגון, מה דומה ומה שונה, ומה נדרש כדי לרתום את כולם לאותה מטרה.

שאלון אבחון: Employee Engaging Leadership

הרצאת אורח – חוויית עובד

ניהול שינוי בארגון

ארגון שבוחר להתמקד בחוויית לקוח יוצא לתהליך שינוי, ושינוי צריך לנהל. ההרצאה תעסוק בעקרונות של ניהול שינוי: מה יחשב כהצלחה, זיהוי בעלי העניין, יצירת תוכנית תקשורת פנים ארגונית וניהול התנגדויות.

הרצאת אורח – ניהול שינוי

4.7.23 | מפגש 8+9 (יום מלא 9:00-16:30 פרונטלי)

CX Governance

איך מנהלים חוויית לקוח בארגון? חוויית לקוח היא לא פרוייקט, היא Way of Living. לכן יש לוודא שקיימים תהליכים שבאופן קבוע מניעים, רותמים את המנהלים והעובדים ומטמיעים את אסטרטגיית חוויית הלקוח. איך עושים את זה? על ידי הקשבה רציפה, הפצת תובנות והתאמה מהירה כדי לענות על הצרכים והציפיות המשתנים של לקוחות, עובדים, שותפים ואנשים אחרים באקוסיסטם של הארגון. במפגש יעסוק בתהליכי ניהול CX, שגרות, מבנה ארגוני ובעלי תפקידים, ותפקידו של ה-Chief Customer Officer בעידן בו הטכנולוגיה הינה כלי הכרחי לניהול נכון ומתקדם של חוויית הלקוח.

שאלון אבחון: CX Maturity Level

בניית תוכנית עבודה להתקדמות בשלבי ה-Maturity

מה עושים מחר בבוקר

שיתוף באתגרים ובחירת use case להתמקדות מבין הארגונים המשתתפים

Case study – הרצאת אורח – כיצד שינינו את המיקוד הארגוני ל-Customer Focus?

בדיקת ציפיות וסיכום הקורס

מרכזת הקורס

קרן שקד, CCXP מנכ"ל B-Pro ומנהלת תחום Experience Management AKT Global

מוסמכת בינלאומית בחווית לקוח. חברה בארגון העולמי Customer Experience Professionals Association CXPA ונציגתו ומנהלת הקהילה בישראל. קרן מילאה תפקידים ועוסקת דה-פקטו בשילוב בין העולם העסקי והעולם הטכנולוגי ליצירת פתרון כולל ללקוח. בעלת ניסיון והתמחות בהובלת פרויקטים של חווית לקוח בעידן דיגיטלי. ניסיון בעבודה עם חברות מסורתיות ועם חברות שפועלות בעולם הדיגיטלי, ניסיון בפרוייקטים של יצירת נאמנות לקוחות.

בין יתר פעילותיה היא מובילת הפודקסט: "הכוח של חווית לקוח", מרצה מובילה ומנחת ימי עיון בתחום חווית לקוח לרבות: מרצה אורחת ב-MBA Executives ותואר ראשון ושני באוניברסיטת ת"א, המרכז הבינתחומי, המכללה למינהל והמי"ל. מנחת קבוצות, עוסקת בהובלת סדנאות עבודה מרובות משתתפים לעיצוב חווית הלקוח עפ"י מתודולוגית Customer Journey Mapping.

קרן היא בוגרת קורס Design Thinking של אונ' וירג'יניה וקורס Creative Collaboration של IDEOU.

מתמחה באיתור טכנולוגיות שיווק וחווית לקוח CRM, Martech.

חברה בפאנל השופטים בתחרות השרות וחווית לקוח 2015, 2016 ובתחרויות בינלאומיות.

בעבר היתה מנכ"ל משותף בקבוצת הייעוץ של Deloitte, מנהלת תוכנית ה-CRM בבנק הפועלים ומובילה את מערך המידע הגלובלי בטבע.

אוהבת אתגרים, אנשים, עיצוב וכל הזמן ללמוד דברים חדשים.

בין המרצים האורחים* – מנהלים בכירים מארגוני הכלכלה החדשה, וכאלו שעושים את המעבר לשם:

- גיא בדיחי – Fiverr, VP Customer Journey (former)
- שירלי קמפבל – CX director, Payoneer
- הילה די קסטרו - אימפרוב וחווית לקוח - סדנת חתימה רגשית
- מני דהן – מנהל דיגיטל וחווית לקוח, ח.י אלקטרוניקה
- רמי פנחס – מנהל ושותף AKT Global, Employee Engagement
- טל זייברט – SAP CX, Customer Experience Expert
- אבי קורן, מנהל מוצר ניירות ערך – בנק דיסקונט
- מיכל יונג – מנהלת תחום AKT Global, Employee Experience

פרטים נוספים

- הקורס מיועד למנהלים בארגונים עסקיים וציבוריים המעוניינים להתמקצע בניהול חווית לקוח, פנימית או חיצונית.
- 4 המפגשים הפרונטליים יתקיימו באזור תל אביב.
- הקורס מועבר חלקו במתכונת דיגיטלית. זהו קורס אינטנסיבי שמתקיים במשך 4 שעות בכל מפגש. תוודאו עם עצמכם שהפורמט הזה מתאים לכם.
- * תוכנית הקורס כפופה לשינויים והתאמות הן במרצים והן בתוכן
- * כדי לקבל תעודת סיום יש להשתתף בזמן אמת (לא במפגשים המוקלטים) לפחות ב-80% מהקורס דהיינו ב-6 מתוך 8 המפגשים.