



کارگاه آموزشی بایدها و نبایدهای سفر مشتری (با تکیه بر تجربه مشتری از قبل خرید تا بعد از دریافت خدمات پس از فروش)

مدرس:

حمیدرضا رنجبری
مدیرعامل شرکت توسعه شبکه فروش همکاران سیستم

مخاطبان:

مدیران و کارشناسان فروش و ارتباط با مشتری
مدیران و کارشناسان بازاریابی و روابط عمومی و خدمات پس از فروش

نوع دوره: حضوری	مدت: ۸ ساعت	شهریه دوره (تومان): ۳۵۰/۰۰۰
تاریخ برگزاری: ۱۱ بهمن ماه	روزهای برگزاری: پنجشنبه	ساعت برگزاری: ۸:۳۰-۱۷:۳۰

۲۰٪ تخفیف ویژه ثبت نام کنندگان تا ۲۰ دی ماه

سرفصل‌های دوره

- آشنایی با دوره‌های مختلف بازاریابی
- سیر تکامل ارتباط با مشتری
- بلوغ سازمانی شرکت‌های جهانی و ایرانی در بازاریابی
- سفر مشتری چیست؟
- آیا سفر مشتری یک استراتژی سازمانی است؟
- ارزش بازننگری در سفر مشتری
- تشریح مراحل و تکنیک‌های بهبود سفر مشتری
- جایگاه سفر مشتری در تعامل با برند
- ارتباط سفر مشتری با زنجیره ارزش و تجربه مشتری (CX)
- تاثیر تجربه مشتری در تدوین مطلوب سفر مشتری
- مهمترین دلایلی ریزش مشتریان و جدایی آنها از سازمان
- سفر مشتری در تقابل با بازاریابی محتوا
- تاثیر بازاریابی محتوا در ماندگاری و افزایش وفاداری مشتریان
- تاثیرگذاری مدل‌های بازاریابی و فروش در بهبود سفر مشتری
- شرکت‌های بزرگ جهان برای خلق سفری جذاب تر برای مشتریان چگونه عمل می‌کنند؟
- داستان‌ها و تجربه‌های موفق جهانی
- آخرین نظرسنجی‌ها و داده‌های جهانی
- آینده بازاریابی و لزوم تغییر نگاه شرکت‌ها در استراتژی‌های بازاریابی
- نقش پرسنل سازمان در تجربه سفر مشتری
- شیوه تعامل پرسنل سازمان با مشتریان در طول سفر مشتری
- نقشه سفر مشتری چیست؟ و موارد استفاده از نقشه‌ی سفر مشتری