

Customer Value Management – Conhecer a Importância e o Valor de Cada Cliente para o Negócio

Objetivos Gerais

Este Curso tem como objetivo dotar os participantes de técnicas, métodos e comportamentos que permitam criar valor para a sua organização / empresa através do valor dos seus Clientes.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Dar valor e ajudar os clientes;
- Preparar as suas ofertas segundo as necessidades dos clientes;
- Reduzir a rotação dos clientes;
- Dirigir a informação sobre os consumidores na direção do negócio e focalizá-la no futuro;
- Desenvolver uma aproximação integrada para implementar estratégias CVM;
- Avaliar os sucessos das iniciativas CVM.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais que pelas suas funções tenham necessário conhecerem e perceberem a importância de cada Cliente para o negócio, nomeadamente Gestores e Diretores de Marketing e de Vendas, Diretores de Serviços ao Cliente ou de Produto / Serviço, e Coordenadores de Unidades de Negócio.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I - Perceber as Necessidades do Cliente

- Saber como captar as necessidades atuais e futuras do cliente;
- Conduzir a oferta dos produtos/serviços;
- Desenvolver o plano de marketing;
- Conduzir a segmentação;
- Conhecer os diferenciadores chave do mercado.

Módulo II - Desenvolver e Gerir a Oferta

- Perceber a estratégia é determinante para consumidor chave e para as necessidades do mercado;
- Conhecer como a oferta e a proposta de valor é desenvolvida para os diferentes segmentos de consumidores;
- Dominar os processos que existem para ajustar as medidas chave de desempenho chaves e para monitorar o desempenho.

Módulo III - Distribuir a Oferta pelas Pessoas

- Analisar como se processa o recrutamento, a gestão, a formação, o desenvolvimento, o apoio e a remuneração de acordo com a distribuição da oferta dos consumidores.

Módulo IV - Gerir a Insatisfação

- Verificar que processos existem para recolher, acompanhar e analisar as queixas dos consumidores;
- Analisar as queixas dos consumidores podem originar melhorias na gestão.

Módulo V - Medir a Satisfação do Consumidor

- Verificar como o desempenho, em termos de satisfação do consumidor é avaliado em termos de competição relativa.

Módulo VI - O Relacionamento da Avaliação do Desempenho com

- Marketing share;
- Retenção do consumidor.

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.