



Customer Experience Mastery

Clientul, Centrul Deciziilor Strategice



THE
SHIFT

by

adrian

andrunachi

Marketing & Relații cu Clienții

contact:

+40 727 499 994

like@andrunachi.eu

www.andrunachi.eu

ADRESABILITATE

- Antreprenorilor și companiilor care reduc marketingul la promovare
- Organizațiilor care nu aliniază strategia cu evaluarea relației cu clientul
- Companiilor care confundă brandul cu logo-ul și valoarea cu prețul
- Managerilor care vor claritate despre client, piață și concurență

CONȚINUT

- Clientul, procesul decizional și segmentarea ca bază a abordării pieței
- Centrarea pe client, relația și transformarea valorii în parteneriat
- Instrumente de măsurare și evaluare a relației cu clientul
- Poziționare, brand, preț, comunicare și analiză competitivă

REZULTAT

- Decizii comerciale susținute de analiză, nu de intuiție
- Relația cu clientul tratată ca activ strategic al companiei
- Resurse alocate mai eficient în raport cu valoarea livrată
- Diferențiere și dezvoltare sustenabilă în piață

DE CE THE SHIFT

- Abordare integrată: client, valoare, relație și performanță comercială
- Focus pe mecanismele care transformă relația cu clientul în parteneriat
- Concepte MBA aplicate în contexte reale de marketing și management
- Cadru pentru decizii comerciale, diferențiere și dezvoltare sustenabilă

Customer Experience Mastery

Un cadru aplicat de marketing și management al relației cu clientul, construit pentru a înțelege piața, a livra valoare și a transforma relația cu clientul în avantaj competitiv.

1. Înțelegerea clientului

Delimitați clientul de consumator și înțelegeți procesul de schimb, bunurile, serviciile și logica valorii oferite.

2. Comportamentul clientului

Analizați procesul decizional, segmentarea, persona și factorii care influențează alegerea și comportamentul de cumpărare.

3. Orientarea către client

Clarificați ce înseamnă centrarea pe client, cum se formează așteptările și cum sunt gestionate percepțiile și reclamațiile.

4. Relația cu clientul

Lucrezi pe CRM (Customer Relationship Management), marketing relațional și Sales Funnel, în logica promisiunii și livrării.

5. Măsurarea relației

Folosești CLV (Customer Lifetime Value), NPS (Net Promoter Score), CES (Customer Effort Score), CSAT (Customer Satisfaction) și VoC (Voice of Customer).

6. Oferta de piață

Abordezi Mixul de Marketing (4P / 4C), produsul, prețul, distribuția și promovarea din perspectiva valorii pentru client.

7. Comunicarea cu clientul

Înțelegeți procesul comunicării, canalele și rolul lor în relația dintre organizație, piață și stakeholderi.

8. Poziționare și strategie

Lucrezi pe cercetare de piață, Porter, concurență, prognoză și diferențiere strategică în context real de business.

9. Livrarea valorii

Legi Customer Journey, Moments of Truth, VPC (Value Proposition Canvas), VRIO și CX (Customer Experience) de performanță și retenție.

10. Planificare și control

Construiești planuri prin SMART, OKR (Objectives and Key Results), SWOT, RACI și Gantt, susținute de analiza performanței în CRM.

11. Politici și conformitate

Înțelegeți regulile concurenței, zonele de risc și impactul conformității asupra pieței și deciziilor comerciale.

Format

Workshop aplicat la sediul clientului

Durată

2+ zile

Opțional

Follow-up aplicat | Workshop-uri dedicate | Consultanță managerială aplicată

Pentru o discuție de calibrare: ☎ +4 0727 499 994