



ProOptimaCEM

KURS

Customer Experience Management Master Fundamenty

i Zaawansowany

Edycja jesień 2024

Start 25 września 2024

Kurs online, prowadzony na żywo



Sukces firmy jest w Twoich rękach

Teraz i w przyszłości wygrywać będą firmy, które potrafią:

- wyróżnić się na rynku (CX) czyli doświadczeniem klienta a nie ceną,
- skutecznie troszczyć się o klientów i świadomie zarządzać ich doświadczeniem (CX),
- sprawić, że klienci zostają na dłużej, wracają lub polecają firmę innym,
- działać sprawniej, szybciej niż konkurencja i w bardziej innowacyjny sposób.

Kurs CEM Master stworzyliśmy dla osób, które są tego świadome jednak nie mają pełnej wiedzy, umiejętności i narzędzi niezbędnych do przeprowadzenia transformacji w firmie.

Stań się silnym liderem CX w Twojej firmie i skutecznie przekształć organizację w klientocentryczną właśnie teraz!

Do kogo kurs jest adresowany?

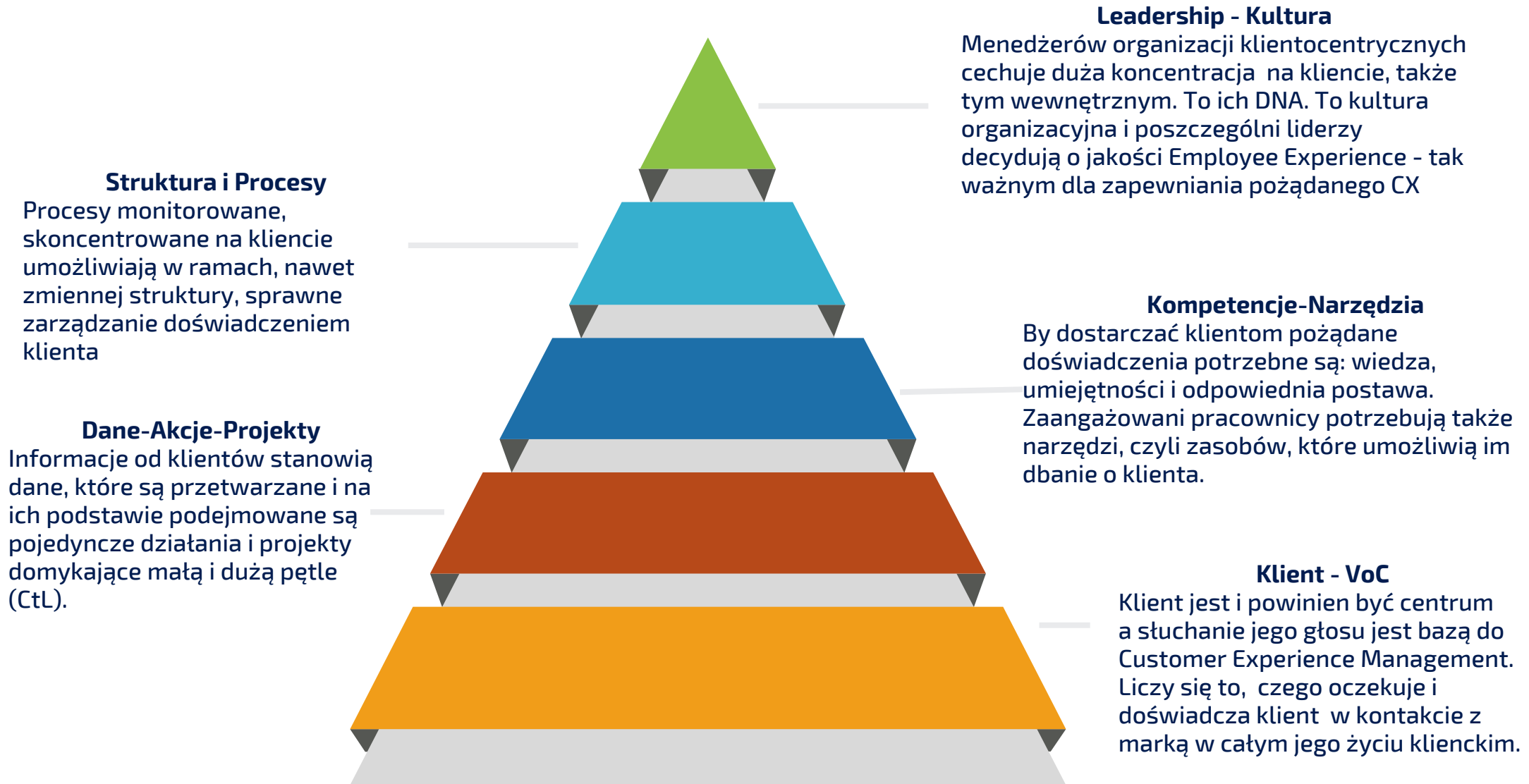
Dla osób, które czują i wiedzą, że CX jest ważny jednak nie mają pełnej wiedzy, umiejętności i narzędzi niezbędnych do przeprowadzenia transformacji w firmie.

Uczestniczą w nim:

- Menedżerowie sprzedaży
- Menedżerowie i eksperci marketingu
- Menedżerowie i eksperci działów logistyki
- Menedżerowie obsługi klienta, DOK, BOK,CC
- Eksperci chcący być liderami CX w firmie

Stań się silnym liderem CX w Twojej firmie i skutecznie przekształć organizację w klientocentryczną właśnie teraz!

Wiemy, które składniki decydują o sukcesie CEM



Co zyskasz, dzięki udziałowi w kursie?

WIEDZĘ (Co poznasz?)	UMIEJĘTNOŚCI (Czego się nauczysz?)	ŚWIADOMOŚĆ (Co odkryjesz?)
Mechanizmy, które rządzą doświadczeniem klienta	Prowadzić projekty CEM w sposób, który burzy silosy i jednoczy ludzi	Twój zakres wpływu na rezultaty zmian
Możliwe strategie i etapy wdrożenia CEM oraz kluczowe mierniki CX	Opracowywać plan wdrożenia CEM w całości i poszczególnych etapach	Na jakim etapie ewolucji CEM jest firma, dokąd i jak powinna zmierzać by skutecznie zarządzać CX
Typowe problemy i błędy we wdrażaniu wraz ze sposobami rozwiązania	Prowadzić badania samodzielnie lub ze wsparciem firmy zewnętrznej	Wyzwania, które wiążą się z budowaniem klientocentrycznej organizacji i sposoby radzenia sobie z nimi
Narzędzia, takie jak: Mapowanie Podróży Klientów, Program Voice of Customer	Intepretować wyniki badań jakościowych i ilościowych	Potrzebę angażowania decydentów z różnych obszarów
Najlepsze praktyki z rynku i od prowadzących	Zestawiać dane z badań z danymi operacyjnymi	Że CEM to sposób na robienie biznesu a nie dodatek do niego
Argumenty do rozmów z Zarządem, Przełożonymi i Współpracownikami	Obliczać zwrot z inwestycji w projekty CEM	Że nie działasz samotnie bo masz wsparcie
Employee Experience Managment	Identyfikować źródła problemów i skutecznie je rozwiązywać	Że nie zawsze potrzeba dużych inwestycji żeby zrobić wielkie zmiany

Zawartość kursu na poziomie Fundamenty

Czas trwania 2 miesiące, 8 spotkań co tydzień x 2h (łącznie 16h)

Wstęp, czyli wprowadzenie w świat CX i CEM

- Ewolucja podejścia do Klienta na świecie i w Polsce.
- Czym jest CX a czym CEM, czyli psychologia doznań klienta i zarządzanie nimi.
- Filozofia ProOptima - jak podchodzimy do CEM w ProOptima i dlaczego ewolucja jest lepsza by zmieniać kulturę organizacyjną.
- Jak przekonać organizację do zmiany podejścia? Które badania potwierdzają, że CEM ma niezły ROI i jakie argumenty warto wykorzystać by przekonywać do CEM własną organizację (innych menedżerów)?

Skrzynka narzędziowa CEM - jaki sprzęt musisz mieć na tej wyprawie?

- Dane i badania - co, jak i kiedy mierzyć? Od Insights po VoC.
- Jak zarządzać danymi w organizacji, czyli co i jak analizować by wykorzystać do CEM, czyli CtL w praktyce?
- Mapowanie podróży klientów (Customer Journey Map) - ładny obrazek czy dashboard umożliwiający CEM?
- Jak zaprojektować doświadczenie klienta, czyli Design Thinking, CJM TO BE, Usprawnianie w praktyce?
- Jak wdrożyć CEM? Road map wdrażania CEM:
 - a) Jak przeprowadzić zmianę w organizacji (wprowadzenie do ADKAR i inne metodyki)?
 - b) Jak rozwijać i utrzymać doświadczenie klienta?

Zarządzanie "wdrażaniem" CEM

- 4 nieśmiertelne funkcje przy zarządzaniu CX: planowanie, organizowanie, monitorowanie, kontrolowanie
- Strategia CEM - od celi biznesowych po KPI i operacyjne zarządzanie. Mechanizm wzrostu.
- CX a EX - pracownik, który generuje CX.
- Współpraca z silosami (dobre praktyki, przykłady).
- Oprogramowanie IT, które wspiera CEM.
- Przepis na porażkę przy wdrażaniu CEM (błędy, których nie warto popełniać, case study).
- Historie sukcesu – przykłady firm z różnych branż, które wygrały wdrażając CEM.

Zawartość kursu na poziomie Zaawansowanym 1 z 2

Czas trwania 6 miesięcy, 8 spotkań co minimum trzy tygodnie x 3h każdy (łącznie 24h)

Badania CX ma codzień czyli Close the Loop w praktyce

- Autodiagnoza umiejętności CEM'owych. Jakie mam a jakich kompetencji potrzebuję jako menedżer CX ?
- Źródła wiedzy o doświadczeniu klienta (od Insightów konsumenckich po kompleksowy VoC).
- Procesy - rodzaje analiz CX'owych wewnątrz firmy.
- Jak przygotować się do badań realizowany wewnątrz i z pomocą partnerów.
- Co i kiedy badać i mierzyć a czego nie mierzyć: przykłady, case study uczestników.
- Zestaw badań dla Twojej organizacji – warsztat.
- Analiza wniosków z badań i wdrożenie zmian: analiza potrzeb, koszty i korzyści, harmonogram zmian, mierniki sukcesu.

Zarządzanie danymi i głosem klientów czyli co robić z wiedzą pozyskaną

- Bazy danych: od gromadzenie przez współpracę z IT do wiedzy o tym co jest w bazach.
- Analiza informacji gromadzonych w firmie, rodzaje danych do analizy: Badawcze – wyniki badań. Operacyjne – wszystkie dane gromadzone w organizacji. Powiązanie metod badawczych, operacyjnych z rozwojem firmy: przykłady, wypracowanie- case study.
- Zarządzanie danymi jako narzędzie do poprawy jakości obsługi.
- Bieżące monitorowanie kluczowych wskaźników - dobre praktyki.
- Odniesienie danych do procesów, diagnoza słabych i mocnych punktów.
- Budowa dashboardu zarządczego na bazie kluczowych wskaźników: dane badawcze i operacyjne, bieżąca informacja o realizacji KPI, alerty, pomiar odchylenia od celu.

Zarządzanie zmianą (Service design, Design Thinking doskonalenie procesów)

- Projektowanie docelowej mapy podróży klienta na bazie wyników przeprowadzonych analiz.
- Inne projekty poprawiające CX (upraszczanie języka, poprawa UX, zmniejszenie wysiłku, samoobsługa).
- Doskonalenie procesów wewnętrznych w kierunku poprawienia doświadczenia klienta (wybrane metody, przykłady, doświadczenia, case study).

Zawartość kursu na poziomie Master 2 z 2

Czas trwania 6 miesięcy, 8 spotkań co trzy tygodnie x 3h (łącznie 24h)

Budowanie kultury organizacyjnej nastawionej na generowanie wartościowych doświadczeń klienta

- Konsekwencje zmiany podejścia z wartości marki na wartość doświadczenia klienta.
- Jak zbudować standardy obsługi. Opracowanie i wdrożenie standardów: role, zakres, składowe, harmonogram wdrożenia.
- Kultura organizacyjna nastawiona na CX. Integracja kliento - centryczności w codzienność organizacyjną.
- Pracownik, jako źródło doświadczeń klienta czyli Employee Experience w CEM.
- Cele i mierniki: jak dobrać mierniki do organizacji.

Wsparcie wdrożenia CEM - narzędzia i metodyki wspierające wdrożenie CEM

- Dokąd jedziemy? Zaczynamy z wizją końca (model CORP).
- Optymalizacja dotychczasowych i projektowanie nowych procesów budujących wartościowe doświadczenie.
- Mapa drogowa projektu wdrożenia CEM, czyli co nas czeka krok po kroku?
- Zarządzanie przebiegiem wdrożenia (modele wspierające wdrożenie).
- Wzmacnianie świadomości i budowanie motywacji potrzeby zmiany i zaangażowania w nią.
- Uzupelnianie kompetencji i przekraczanie ograniczeń organizacyjnych.

Nasza współpraca może wykraczać poza kurs

Fundamenty CEM (poziom podstawowy)

Otrzymujesz wiedzę niezbędną do inicjowania projektów klasy CEM w Twojej firmie.

16 godzin w 2 godzinnych modułach ONLINE raz w tygodniu przez 2 miesiące.

Na koniec kursu: Konsultacja indywidualna z każdym uczestnikiem nt. potrzeb przemyśleń, wniosków, problemów.



Master CEM (poziom zaawansowany)

Praktykujesz etapowe wdrażanie etapowego CEM w organizacji przy naszym wsparciu.

24 godziny w 3 godzinnych modułach ONLINE co trzy tygodnie.

Warunkiem ukończenia kursu na poziomie zaawansowanym jest wykonanie zadania.






Wsparciem dla uczestników będą tu także godzinne, indywidualne konsultacje dla każdego uczestnika oraz trzy godzinne dla wybranej grupy.

Dedykowane wsparcie

Jeśli mimo wszystko czujesz, że potrzebujesz jeszcze więcej możemy facylitować CEM w Twojej organizacji. My nadajemy rytm, wspieramy a Ty jesteś Liderem CEM.

Przebieg i forma ustalane są indywidualnie.

Korzyści dla Ciebie

-  Oszczędzisz czas. Wszystko, co musisz wiedzieć i umieć otrzymasz w jednym kursie, który będziesz realizować w wybranym tempie i czasie. Dzielimy się z Tobą tym, co sami gromadzimy i praktykujemy z sukcesami przez ostatnich kilkanaście lat.
-  Będziesz mieć pewność, że zdobyta wiedza i umiejętności są pełne, aktualne, a co ważniejsze - od razu je wykorzystasz dzięki praktycznym zadaniom.
-  Wzmocnienie CX Leadership - skuteczności Twojej jako menedżera projektu strategicznego dla rozwoju biznesu
-  Już nie będziesz samodzielnie radzić sobie ze stresem i wyzwaniem przy wdrażaniu rozwiązań klasy CEM, dzięki temu, że zapewniamy wsparcie (merytoryczne i emocjonalne) wojownikom dbającym o lepsze doznania klientów w firmie.
-  Zobaczysz różne perspektywy. Podczas kursu poznasz innych uczestników, z różnych branż. Będziesz mógł wymieniać się doświadczeniami i szybko wdrożyć sprawdzone rozwiązania..

Kurs prowadzą eksperci, praktycy tematyki CEM/EEM



Tomasz Kras

Konsultant, trener i coach. Kierując firmą ProOptima, zrealizował kilkadziesiąt różnych projektów z zakresu obsługi klienta (CX/CEM), rozwoju kompetencji menedżerów wszystkich szczebli i zespołów pracowników, koordynował badania lojalności klientów. Od 2007 realizuje projekty z obszaru CX (Customer Experience): badania, doradztwo, konsultacje, projekty zmian organizacyjnych i rozwijających kompetencje zwiększające zdolność organizacji do budowania lojalności klienta. Prelegent wielu konferencji i wystąpień, autor kilkadziesiątu artykułów. Propagator wiedzy psychologicznej do zastosowania w biznesie oraz Customer Experience w Polsce. Przekonuje polskich menedżerów do wyboru Customer Experience jako strategii na kolejne lata. Wskazuje, jak dostarczając wartościowe doświadczenia klientom, można zarabiać i rozwijać biznesy.

Członek założyciel Polskiego Stowarzyszenia Obsługi Klienta oraz członek Customer Experience Professionals Association.

Absolwent psychologii na Uniwersytecie Jagiellońskim, szkoły trenerów i konsultantów Zarządzania, szkoły coachingu „The Art and Science of Coaching” (Erickson College International, ICF).

Kurs prowadzą eksperci, praktycy tematyki CEM/EEM



Anna Mikołajczyk

Menedżer, konsultant i trener. Ma ponad 15 lat doświadczenia w obszarze obsługi, sprzedaży i utrzymania klientów, w branży usługowej i telekomunikacyjnej. Zaczynała od roli konsultanta, 12 lat na stanowiskach specjalistycznych i kierowniczych w obszarze zarządzania jakością i doświadczeniami klientów. Inicjowała i zarządzała zmianami mającymi na celu zwiększenie satysfakcji klientów i zmniejszenie kosztów operacyjnych. Była odpowiedzialna m. in. za zdefiniowanie i wdrożenie nowoczesnych standardów obsługi we wszystkich kanałach kontaktu oraz procesu zarządzania jakością (zasady monitoringu jakości, karty monitoringu, KPI's raportowanie wyników). Prowadziła audyty oraz analizy jakości i efektywności procesów, kontaktów z klientami. W projektach klasy Customer Experience Management realizowała: wdrożenie badań satysfakcji i skłonności do rekomendacji (w tym m.in. definiowanie scenariuszy ankiet, wymagań do systemu ankietowego, procesu kategoryzacji opinii), mapowanie podróży klientów i mapowanie komunikacji z klientami. Skutecznie zdefiniowała i wdrożyła proces Close the loop dla realizowanych badań. Z wykształcenia magister Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej.

Kurs prowadzą eksperci, praktycy tematyki CEM/EEM



Anna Piosik

Doświadczona konsultantka CX/UX/SD, Trener i Coach/PM

Strateg biznesowy z wieloletnim doświadczeniem w projektach strategicznych w obszarach: telco, e-commerce, ed-tech, innowacji cyfrowych, rozwoju produktu i doświadczeń klienta.

Anna była menedżerem ds. projektowania produktów związanych z doświadczeniem klienta w Design Center of Excellence w firmie Brainly. Była odpowiedzialna za ustanawianie standardów projektowych i dostosowanie produktów Brainly, a także wspieranie projektantów w dzieleniu się wiedzą i rozwijaniu swojej wiedzy specjalistycznej. Anna jest strategiem CX i biznesowym z 15-letnim doświadczeniem w definiowaniu strategii dla handlu elektronicznego i innowacji cyfrowych, doświadczenia klienta i programy lojalnościowe. Jako certyfikowany moderator Design Thinking prowadzi warsztaty edukacyjne i facylitacje. Anna jest certyfikowanym Coachem ICF ACC i Coachem Zespołowym, którego pasją jest edukacja, praca z ludźmi i wspieranie zespołów w rozwijaniu ich umiejętności miękkich.

Kurs prowadzą eksperci, praktycy tematyki CEM/EEM



Marcin Supranowicz

Konsultant, trener i coach. Ekspert w zakresie doskonalenia procesów obsługi klienta. Wykorzystuje biegłą znajomość zagadnień Lean Management do usprawniania procesów zarządzania procesami, działem, firmą. Uzyskał certyfikat Green Belt, IFSS Institute for Six Sigma.

W latach 2006-2012 pracował jako Specjalista ds. Optymalizacji Procesów w Qubus Hotel Management wspierając otwarcie pięciu nowych hoteli – od pomysłu do w pełni funkcjonującego hotelu. Budował od podstaw i wdrażał standardy jakościowe w sieci, strategię rozwoju zasobów ludzkich, systemy wspierające zarządzanie jakością z wykorzystaniem środowiska MS SharePoint, prowadził projekty optymalizacyjne w hotelach oraz centrali w obszarach: działów operacyjnych, HR, jakości, sprzedaży i marketingu, księgowości, dziale wsparcia technicznego. Autor standardów kwalifikacji zawodowych branży hotelarskiej opracowywanych dla Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. Współzałożyciel Polskiego Stowarzyszenia Obsługi Klienta.

Kurs prowadzą eksperci, praktycy tematyki CEM/EEM



Iwona Matuszewska

Ekspert ds. jakości obsługi i zarządzania doświadczeniami klientów z ponad 20-letnim doświadczeniem w spółkach o rozproszonej strukturze sprzedaży i obsługi. Brała udział w projektach strategicznych zakończonych wdrożeniem modeli sprzedaży i obsługi kluczowych klientów w jednej z największych firm sektora energetycznego w Polsce i Europie. Była odpowiedzialna za wdrożenie modelu obsługi klientów w oddziałach spółki. Kierowała projektem opracowania i wdrożenia standardów obsługi w kilkunastu placówkach obsługi klienta detalicznego. Brała udział w opracowaniu i wdrożeniu modelu oceny jakości obsługi i satysfakcji klientów detalicznych, zakończonego wdrożeniem metodologii oceny i wyznaczania KPI dla obszaru, działania z zakresu Customer Experience. Analizuje dane, opracowuje działania naprawcze i wspiera ich wdrożenie. Współpracuje z Uczelnią Łazarskiego, prowadząc zajęcia z zarządzania obsługą klienta dla kadry zarządzającej, w ramach studiów MBA Energetyka. Z wykształcenia magister finansów przedsiębiorstw, ukończyła studia podyplomowe z Zarządzania Sprzedażą na UW, z zakresu Business Intelligence na SGH, oraz Akademię Profesjonalnego Trenera na Akademii L. Koźmińskiego.

Kurs prowadzą eksperci, praktycy tematyki CEM/EEM



Elżbieta Gierczyńska

Ekspert CX, EX, Senior konsultant i wieloletni praktyk biznesu.

Wykształcenie pedagogiczne (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie) oraz podyplomowe studia zarządzania i marketingu dla branży ubezpieczeniowej na SGH w Warszawie.

Doświadczony menadżer zespołów obsługi klienta i sprzedaży w firmie ubezpieczeniowej Aviva, ex doradca zarządu ds. wdrażania kultury kliento-centricznej. Posiada 20 letnie doświadczenie w zarządzaniu oraz budowaniu kultury skierowanej na pracownika i klienta. Zarządzała strukturami back i front office, ściśle współpracowała z jednostkami terenowymi firmy. Doświadczenie pozwala jej spojrzeć od strony praktycznej na firmę i biznes. Bardzo lubi i ceni pracę z ludźmi. Potrafi słuchać i wyciągać wnioski.

Do jej sukcesów należy: identyfikacja obszarów do poprawy w organizacji i projektowanie rozwiązań - prowadzenie lub uczestniczenie w projektach interdyscyplinarnych: poprawianie efektywności komunikacji z Klientami, poprawianie efektywności procesów obsługowych, reklamacyjnych i sprzedażowych. Zbudowanie strategii Customer Experience Management w Aviva. Współtworzenie strategii Employee Experience Management w Aviva.

Prowadzi szkolenia i warsztaty w obszarze: CXM, EXM, przywództwa, zarządzania zespołem, budowania zaangażowania, współpracy, kompetencji interpersonalnych, zarządzania sobą w czasie oraz rozwiązywania problemów.

Co wyróżnia CEM Master'a?

- ✔ Program merytoryczny realizowany w sesjach. Przejdziesz w nim, krok po kroku, przez wszystkie etapy wdrożenia i utrzymania Customer Experience Management (CEM).
- ✔ Praktyczne zadania do wykonania (np. badanie jakościowe głosu klienta), które omówimy podczas kolejnych sesji.
- ✔ Konsultacje indywidualne (Ty decydujesz jakiego wsparcia potrzebujesz).
- ✔ Kurs jest interaktywny i różnorodny - będziesz mieć zarówno bezpośredni kontakt z prowadzącymi jak i dostęp do materiałów w różnych formach (video, PDF, linki do źródeł, arkuszy itp.).
- ✔ Miejsce i czas do wymiany doświadczeń z innymi uczestnikami kursu - przez cały czas jego trwania i po nim. Kończąc kurs staniesz się członkiem społeczności praktyków CX w Polsce.
- ✔ Różnorodne grono prowadzących - praktyków biznesu i senior konsultantów - razem mamy już ponad 50 lat doświadczenia w CEM.

Czy jesteśmy wiarygodni?

Do tej pory zaufali nam i ukończyli CEM Master liderzy z takich firm jak:



Teraz są członkami naszej społeczności praktyków CEM (też możesz do niej dołączyć po kursie). Mało tego są naszymi Ambasadorami. Co myślą i mówią o kursie? Zobacz na kolejnych slajdach.

Zrealizowaliśmy różnej skali projekty klasy CEM dla:



Czy jesteśmy wiarygodni?



Oskar Malina Customer Experience Director w XTRF

CEM Master to szkolenie, które pozwoliło mi poukładać całą wiedzę, uzupełnić braki i zweryfikować to, czego uczyłem się wcześniej. W przemyślany sposób rozmawialiśmy o procesie Customer Experience, jego wartości dla nas, odpowiedzialnych za wdrożenie oraz dla sponsorów. Mogliśmy wyjaśnić wątpliwości, wzajemnie wspierać się w zmaganiach na różnych etapach procesu oraz uczyć się wzajemnie na podstawie swoich doświadczeń.

Bardzo polecam taki rodzaj weryfikacji i uzupełnienia wiedzy. Niezależnie od tego, czy jesteśmy na początku przygody z Customer Experience czy mamy już jakieś podstawy, CEM Master jest dobrym wsparciem i siłą napędową do rewolucji CX w Waszej firmie."

Czy jesteśmy wiarygodni?



Iwona Bauza Customer and Commercial Service Manager LiNA Medical Poland

Ukończyłam kurs CEM Fundamenty i jestem pod wrażeniem profesjonalizmu z jakim zostało ono opracowane. Idealna kombinacja teorii i praktyki i ...nieustające wsłuchiwanie się w głos klienta, którym w tym przypadku byliśmy my, uczestnicy kursu. Chyba lepiej nie można potwierdzić, że kurs zrobiony był przez osoby, które znają się na swojej robocie. A teraz sporo pracy przede mną, by tą wiedzę przetrawić i spróbować przekuć na swoją własną rzeczywistość !

Czy jesteśmy wiarygodni?



**Rafał Jurdeczka, Kierownik Biura Obsługi Klienta / B2C
Customer Service Manager GF Corp**

Po ostatnim szkoleniu CEM MASTER Fundamenty, udaje mi się przejść do projektowego modelu pracy w organizacji. Bardzo dużo praktycznych informacji. Polecam gorąco!

Czy jesteśmy wiarygodni?



Justyna Paszke Galanty, Kierownik Centrum Obsługi Reklamacji i CX Lafarge Cement S.A.

“Polecam ten kurs każdemu kto chce poznać lub odświeżyć wiedzę na temat tego jak adresować CX w organizacji. Kurs jest prowadzony tylko przez praktyków, co podnosi efektywność nauki i dostarcza narzędzi do wdrożenia ‘na już’. Jest to też kurs z kategorii ‘must’ także dla tych, którzy ‘biegną’ z działaniami proklienckimi nie widząc jeszcze dużego obrazka CX i wielu powiązań, które ta tematyka ma z innymi działami firmy.”

Czy jesteśmy wiarygodni?

”



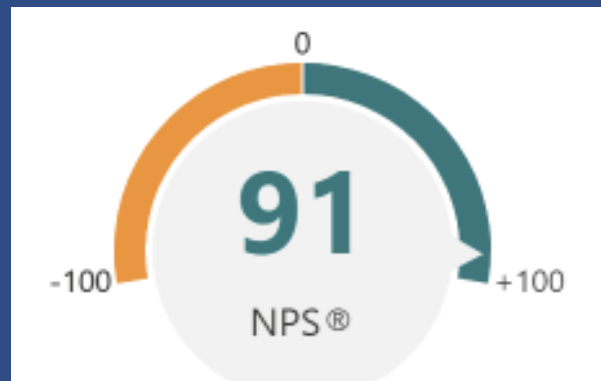
“Polecam współpracę z firmą ProOptima. Ogrom wiedzy, jeszcze więcej doświadczenia i praktyk, którymi prowadzący dzielą się bardzo chętnie. Każdemu, kto zajmuje się obsługą klienta albo zamierza się za to zabierać polecam skontaktować się z trenerami ProOptimy, porozmawiać, wysłuchać i działać. Jeśli spotkania mogłyby odbywać się przez 52 tygodnie w roku to jestem chętny! ;)”

Daniel Kulesza, Manager Centrum Wsparcia Klienta, „największa sieć convenience” w Polsce

Brałam udział w kursie CEM Fundamenty i jestem bardzo zadowolona. Program, forma zajęć, prowadzący, ćwiczenia praktyczne, sposób przekazywania wiedzy – wszystko powyżej moich oczekiwań. Polecam!

Agata Serwin

NPS z poprzednich edycji wyniósł:



Czy jesteśmy wiarygodni?

Nie wszyscy chcą się ujawnić. Szanujemy to :)



*Szerokie spektrum zagadnień!. Szczególnie przydatne w swojej pracy są narzędzia do przeliczania zmian na pieniądze, dashboard/ KPI, aby szeroko widzieć zależności w firmie. Dlaczego bym polecił ten KURS?
Przed wszystkim merytoryka, przykłady z życia, nie tylko sama teoria.*

Poleciłabym bo fajnie pokazuje idee CX. Wszystkie zagadnienia omawiane na podstawie konkretnych case study oraz omawiane konkretne narzędzia i rozwiązania w CX

Kurs jest bardzo inspirujący i daje wiele dalszych możliwości do rozwijania swojej wiedzy. Zawiera w sobie podstawy, które w pracy z doświadczeniem Klienta warto jest znać i daje poczucie przede wszystkim zaopiekowania, co w mojej opinii w takich kursach jest bardzo istotne. Nie jest to pokazanie treści w formie monologu, którą masz po prostu zrozumiesz, a jak nie to masz problem, jest to miejsce, w którym masz ukształtować i poszerzyć swoją wiedzę i perspektywę :)

Każdy powinien poznać to nowatorskie podejście do obsługi klienta, zebrał się już bogaty materiał doświadczeń i naukowy w tym obszarze

Polecam kurs ponieważ ten obszar jest zaniedbywany w organizacji, jednocześnie będąc ważnym elementem w jej funkcjonowaniu. Jako szczególnie przydatne w swojej pracy były zagadnienia wartość CX dla Zarządu, realne mierniki. Na kursach z którymi mam doświadczenie mało było miejsca na mówienie o KPI które mogą przekonać zarząd

Szczególnie przydatne w mojej pracy było wspólnie przeprowadzone badanie wyników poziomu dojrzałości mojej organizacji. Każdy powinien poznać to nowatorskie podejście do obsługi klienta, zebrał się już bogaty materiał doświadczeń i naukowy w tym obszarze

Czy jesteśmy wiarygodni?

Nie wszyscy chcą się ujawnić. Szanujemy to :)



Dlaczego polecam? Bo pozwala na uszeregowanie pojęć, możliwość spojrzenia z boku na swoją pracę i dzielenia się doświadczeniami z innymi liderami CX

Poleciłabym jako obowiązkowe dla każdego, kto tak, jak ja wkracza na poważnie w świat CX. Dobre ustrukturyzowanie najważniejszej, fundamentalnej wiedzy z obszaru CX,EX

Poleciłbym ponieważ jest to sprawne poukładanie zagadnień dotyczących filozofii Customer Experience, przećwiczone na konkretnych przykładach. Dobra forma, pozytywna atmosfera sprzyjająca angażowaniu się w spotkania, bez oporów.

Kompleksowość wymagana na poziomie analizy, planowania, implementacji, monitoringu, doświadczenia wdrożeniowe, odniesienia do praktyki, dzielenie się doświadczeniem, kompleksowość materiałów i atrakcyjne i przydatne formy

Podobał mi się bardzo szeroki zakres szkolenia, materiały do których można wrócić, dostępność prowadzących, to że były tygodniowe przerwy między spotkaniami i można było trochę ułożyć sobie materiał z którym się zapoznaliśmy

Dużo praktycznej wiedzy, świetni trenerzy potrafiący bardzo dobrze i przejrzysto przekazać wiedzę. Super była możliwość pracy w grupach na konkretnych case, fajnie że jest możliwość większej interakcji z innymi uczestnikami poprzez społeczność CX

Super kompendium i wskazanie tematów do poszukiwań i pogłębiania wiedzy. Uważam, że to program obowiązkowy dla każdego kto chce pracować z CX

Duża pigułka wiedzy, aby wystartować z pracą w swojej firmie. Dobry kurs dla każdego, kto znalazł się na miejscu CXowca.

Harmonogram kursu - edycja jesień 2024

Poziom Fundamenty, start 25 września 2024 (środy), 9:30-12:00:

- 25 września 2024
- 2 października 2024
- 9 października 2024
- 16 października 2024
- 23 października 2024
- 30 października 2024
- 6 listopada 2024
- 13 listopada 2024



Zgłoszenie możesz zrobić przez stronę [www:](https://prooptima.pl/szkolenia/customer-experience/customer-experience-management-master-fundamenty/)

<https://prooptima.pl/szkolenia/customer-experience/customer-experience-management-master-fundamenty/>

Poziom Master Zaawansowany, start 20 listopada 2024 (środy)

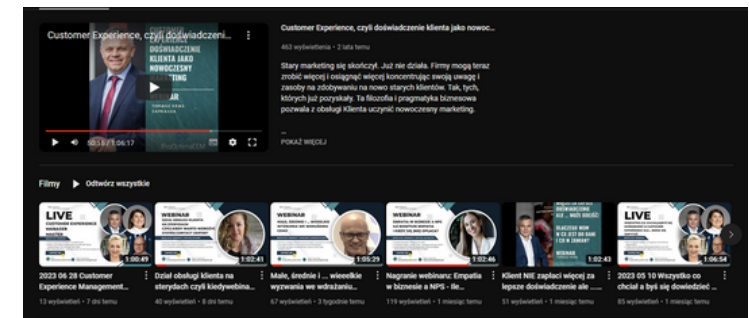
Dlatego u nas nie ponosisz kosztów a inwestujesz

OPCJA KURSU DO WYBORU	WARTOŚĆ INWESTYCJI DLA 1 OSOBY
Fundamenty (poziom podstawowy) 8 spotkań co tydzień x 2h = 16 h	(6700) 6030 zł - tylko dla uczestników LIVE do 30 czerwca 2024 (lub 10% ZNIŻKI dla klientów i uczestników webinarów ProOptima)
Master (poziom zaawansowany) 8 spotkań co dwa tygodnie x 3h = 24h + 1h konsultacji indywidualnych	(9.700) 8730 zł - tylko dla uczestników LIVE do 30 czerwca 2024 (lub 10% ZNIŻKI dla klientów i uczestników webinarów ProOptima)
Pakiet Fundamenty + Zaawansowany	(16.400) 13.940 zł - tylko dla uczestników LIVE do 30 czerwca 2024 (lub 15% ZNIŻKI dla klientów i uczestników webinarów ProOptima)

Co otrzymujesz w tej kwocie?

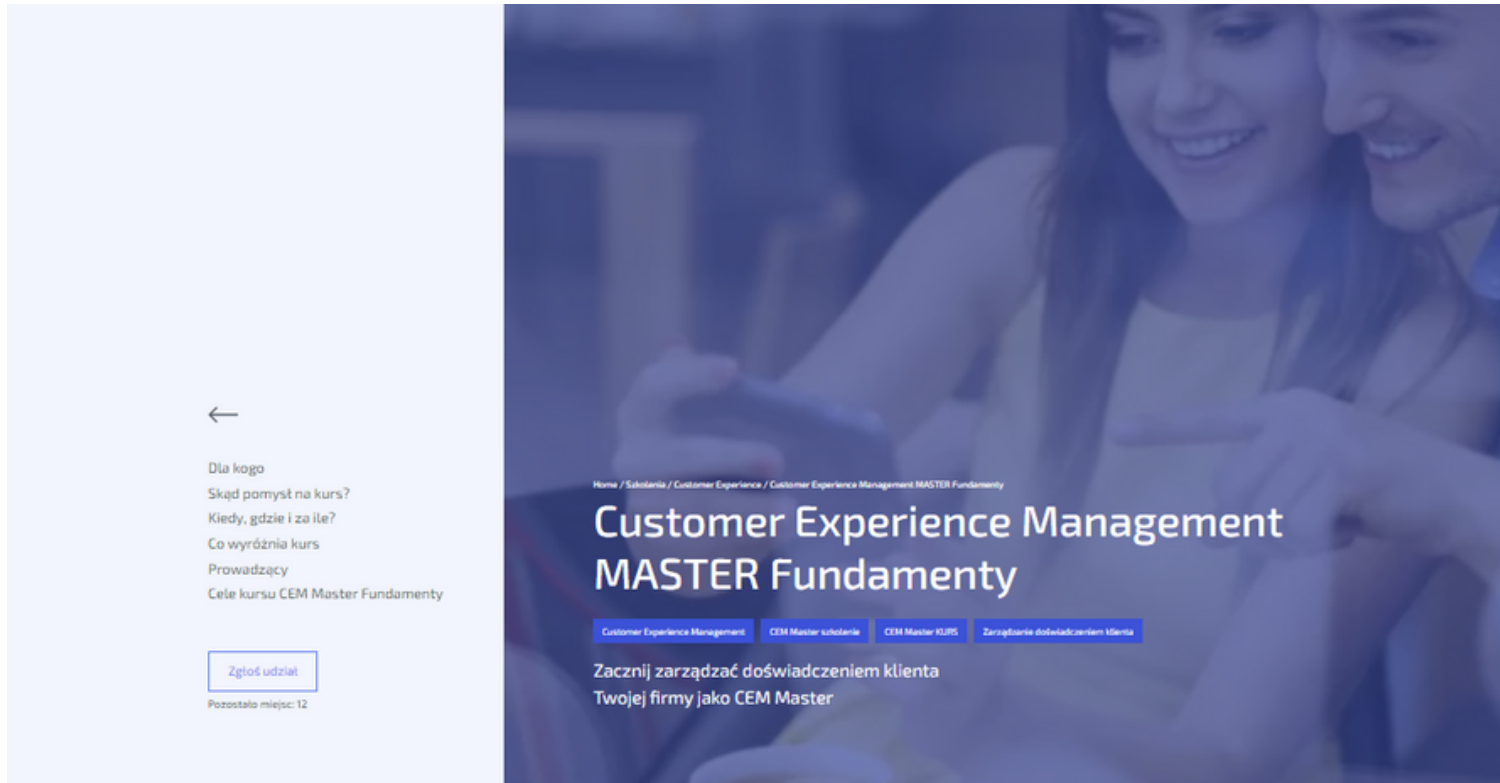
Cena kursu obejmuje:

- Transfer wiedzy i praktyk CEMowych od doświadczonych prowadzących
- Realizację szkolenia w formie warsztatowej, na żywo – online (ZOOM. MIRO),
- Wsparcie w trakcie i po zakończeniu szkolenia – trener jest dostępny telefonicznie i e-mailowo przez trzy miesiące po zakończeniu szkolenia. Uczestnicy w razie potrzeby mogą zgłaszać swoje pytania, wątpliwości i konsultować je z trenerem,
- Materiały szkoleniowe dla każdego z uczestników wzmacniające i uzupełniające zawartość merytoryczną szkolenia (pdf, ppt, interaktywne szablony map i Byuer Person, infografiki)
- Imienny certyfikat ukończenia szkolenia.
- Dwugodzinną konsultację z uczestnikami po zakończeniu szkolenia – opcjonalnie.
- Dostęp do społeczności praktyków CX w Polsce (wymiana doświadczeń, sesje Master-mind, Networking)



Zgłoś swój udział w kursie już dziś.

Zagwarantuj sobie miejsce wśród uczestników właśnie teraz!



The screenshot shows a webpage for a course. On the left, there is a navigation menu with a back arrow and several links: 'Dla kogo', 'Skąd pomysł na kurs?', 'Kiedy, gdzie i za ile?', 'Co wyróżnia kurs', 'Prowadzący', and 'Cele kursu CEM Master Fundamenty'. Below the menu is a blue button labeled 'Zgłoś udział' and the text 'Pozostało miejsc: 12'. On the right, there is a large blue-tinted image of two people looking at a smartphone. Overlaid on this image is the course title 'Customer Experience Management MASTER Fundamenty' in white. Below the title are four blue buttons: 'Customer Experience Management', 'CEM Master szkolenie', 'CEM Master KURS', and 'Zarządzanie doświadczeniem klienta'. At the bottom of the image area, the text reads 'Zacznij zarządzać doświadczeniem klienta Twojej firmy jako CEM Master'.

Zapraszam do współpracy

Tomasz Kras, CEO ProOptima Sp. z o.o.



600 058 299 lub +48 12 397 79 51



tomasz.kras@prooptima.pl lub biuro@prooptima.pl



www.prooptima.pl



al. Daszyńskiego 12/13, 30-548 Kraków



[@prooptimakonsulting](https://www.youtube.com/@prooptimakonsulting)



[prooptima-customer-experience-management](https://www.linkedin.com/company/prooptima-customer-experience-management)

