

POST COVID Customer Journey



- ✓ Zobacz jak zmieniły się zachowania zakupowe Twoich Klientów?
- ✓ Sprawdź czy Twoi Klienci odkryli nowe kanały?
- ✓ Czy zmienili ulubione touch pointy?
- ✓ Czy nadal powinieneś czekać by sprawdzić, które zmiany się utrwały, czy może wykorzystać szansę na rozwój wybranych kanałów?

JAK TO ZROBIĆ?

Proponujemy dwa spotkania warsztatowe:

Spotkanie pierwsze to przegląd najważniejszych zmian i istotnych trendów, które dotyczą Twojej branży i potencjalnie Twoich Klientów. Analiza case'ów i wyników badań, które dotyczą praktyk zakupowych. Przygotowując to spotkanie korzystamy z naszych badań, oraz danych, które posiadamy dzięki ścisłej współpracy między innymi z WGSN. Celem tego spotkania jest dostrzeżenie pełnego spektrum zmian, zrozumienie, które z nich są ważne dla Twojej marki. Określenie co należy zweryfikować w posiadanych przez Ciebie danych sprzedażowych i dotyczących kanałów by ustalić czy zmiany zachowań i praktyk konsumenckich dotyczą Twoich Klientów.

Spotkanie drugie przyjmuje formę warsztatową. Na bazie przykładów i danych dotyczących Twojej marki analizujemy ścieżkę zakupową Twoich Klientów i weryfikujemy w toku dyskusji:

- Co się zmieniło i w jakim zakresie
- Z czego wynika ta zmiana?
- Czy można / warto taką zmianę / zmiany utrwaląć?
- Jak pracować z nowymi oczekiwaniami i praktykami?

Warsztat ten pozwala w uporządkowany sposób zweryfikować czy globalne trendy mają wpływ na Twoich klientów i co to oznacza dla Twojej marki, co zrobić z tymi zmianami oraz jak podejmować decyzje, z ich uwzględnieniem.



DLA KOGO?

- ✓ Zarządzających sprzedażą;
- ✓ Zarządzających produktem;
- ✓ Zarządzających obsługą klienta;
- ✓ Zarządzających procesami marketingowymi



W wyniku współpracy opracujemy i prześlemy w formie raportu:

- ✓ Ocenę siły wpływu kluczowych trendów na Twoją markę
- ✓ Zdefiniowane znaczenie poszczególnych kanałów sprzedaży i konkretnych touch pointów
- ✓ Weryfikację reakcji konkurencji na zmiany – z czym sobie radzą i jak?
- ✓ Określony zakres koniecznych zmian – action points z uzasadnieniem.

Gra o klienta



Dla kogo?

Dla działów marketingu, Zarządu, działów R&D, działów sprzedaży (handlowców); dla wszystkich, w których pracy ważne jest rozumienie oczekiwań klientów.

Nasz warsztat pomoże uporządkować istotne trendy i zaplanować strategiczne działanie, dzięki któremu w grze o klienta doprowadzisz do sytuacji WIN=WIN. Będziesz w stanie zarządzać satysfakcją klienta i utrzymywać jego zadowolenie – czyli w efekcie **odzyskasz kontrolę nad ZYSKIEM!**

Realizując projekty związane z kreowaniem customer experience dla kluczowych polskich i zagranicznych marek retailowych, prowadzimy badania jakościowe, określamy insighty konsumenckie i łączymy je z modelami biznesowymi oraz analizą meta-trendów.

Takie projekty realizujemy stale dla różnych branż, dzięki czemu kumulujemy wiedzę i bardzo głęboko poznajemy polskiego konsumenta i nasz rynek. **Gra o klienta to nasza wiedza i doświadczenie w pigułce!**

To strategiczny warsztat, który pozwoli:

- **Zobaczyć aktualnych klientów**, ich zachowania, potrzeby i znaczenie dla Twojego biznesu;
- **Określić klientów**, których potrzebujesz, aby Twój biznes się dobrze rozwijał;
- **Zrozumieć** co buduje customer experience Twoich aktualnych i pożądanых klientów;
- **Wybrać trendy**, za którymi podążą Twoi klienci, więc powinieneś i TY.

Efekt

W wyniku warsztatów będziesz w stanie precyzyjnie określić **obszary rozwoju w zakresie oferty, jej komunikacji oraz customer experience**. Zrozumiesz co przyciąga klientów i jaka jest relacja pomiędzy potrzebami Twoich różnych grup klientów. Dzięki zrozumieniu i empatii będziesz bardziej skutecznie budował doświadczenia klientów z Twoją marką. Dzięki wglądowi w to, co porusza Twoich klientów, odzyskasz poczucie kontroli – lub jak wolimy to nazywać – **przestaniesz tworzyć oferty i promocje, a zaczniesz budować relacje.**

Zaufali nam:

Jak będziemy pracować?

Metodami zgodnymi z założeniami **Human Centered Design**, z użyciem specjalnie opracowanych narzędzi:

- **Kart Klientów:** od 8 do 24 typów konsumenckich, które odzwierciedlają realnych konsumentów w Twojej branży i skali. Ich charakterystyka odzwierciedla wyniki prowadzonych przez nas projektów badawczych;



- **Matryc elementów budujących customer experience** opracowanych na bazie realizowanych projektów elementów, które budują customer experience, których skala jest opracowana w odniesieniu do realiów polskiego rynku;

- **Mapy Trendów** – która pokazuje trendy istotne dla Twojej firmy;

- **Inspiracyjnych prezentacji merytorycznych.**

WARSZTAT:

Okiełznać konkurencję



Dla kogo?

Dla Zarządów,
dla handlowców
dla business developerów...
dla wszystkich, dla których
monitorowanie konkurencji jest istotne.

Efekt

W wyniku udziału w warsztacie będzie Ci łatwiej projektować własne działania. Będziesz potrafił lepiej prezentować własne pomysły – ze zrozumieniem ich w kontekście konkurencji. Będziesz mógł bardziej skutecznie wyróżnić swoją ofertę od oferty konkurencji.

Na czym polega warsztat?

Z użyciem specjalnego zestawu narzędzi szkoleniowych* pomożemy Ci spojrzeć na Twoją konkurencję jak na źródło inspiracji.

Zrozumiesz co powinno Cię inspirować w ofercie i działaniu rynkowym konkurencji;

- **Jakich błędów Konkurentów unikać;** Za co klienci kochają konkurencję?
- Zrozumiesz plusy i minusy bycia **trendsetterem i followerem;**
- **Ocenisz i docenisz potencjał** własnej marki/organizacji.

*Zestaw narzędzi nawiązuje do Jungowskiej teorii PERSONY I CIENIA. Korzystając z określonych przez tego klasyka psychologii zależności, przenosimy je na relacje: KLIENCI - MARKA – KONKURENCI MARKI. To pozwala nam SPRAWNIE, GŁĘBOKO I AUTENTYCZNIE zdefiniować co jest przewagą wobec konkurencji, za czym podążają klienci. Rynek staje się coraz bardziej RELACYJNY, dlatego szukanie rozwiązań z wykorzystaniem teorii psychologicznych jest bardzo skuteczne. Klasyczna teoria i bardzo aktualna praktyka, oraz 20 lat doświadczeń w budowaniu marek i przestrzeni sprzedaż produktów i świadczeniu usług pozwalają nam wypracowywać bardzo wartościowe wnioski. Wnioski, które pozwolą POSKROMIĆ KONKURENCJĘ.

Zaufali nam:

WARSZTAT:

Zburzyć silosy



Dla kogo?

Dla osób zarządzających, managerów wyższego szczebla, dla organizacji będących w fazie zmian.

Projektując strategie customer experience dla wielu marek widzimy, że Omnichannel sprawia, iż klienci oczekują **absolutniej spójnej obsługi**, spójnego doświadczenia z marką na każdym etapie od komunikacji na stronie internetowej przez zakupy w sklepie fizycznym czy internetowym po montaż.

Czy w przypadku usług na etapie wyboru, korzystania z usługi i po. To owocuje **ogromnym wyzwaniem** dla firm – jak prowadzić biznes, który naprawdę ma klienta w centrum działań?

Efekt

Uczestnicy warsztatów rozumieją jak ważna jest kwestia postawienia **klienta w centrum organizacji**.

Jak to zrobić?

Jak wiele organizacja może zyskać?

Jak wprowadzić takie zmiany i jak przekonywać do nich ludzi wewnątrz firmy?

Nasz warsztat pozwoli:

- **Zrozumieć**, dlaczego ta zmiana już dotyczy (lub zaraz będzie) każdej firmy;
- **Jak groźne jest funkcjonowanie** na zasadzie „silosów” odrębnych działów, które nie mają wspólnych celów i sprawnej komunikacji;
- **Poznać sukces rynkowy firm**, które zburzyły silosy;
- **Zrozumieć** jak wiele problemów wewnątrz Waszej firmy wynika z **braku kliento-centrycznego podejścia**;
- **Zaprojektować ZMIANĘ**;
- **Zrozumieć, że jest ona możliwa**.

Zaufali nam: