

Qualità del servizio e soddisfazione del cliente

(la fidelizzazione di un patrimonio prezioso)



premessa

Il **capitale cliente** è un bene fondamentale per un'azienda, ma è difficile da ottenere e soprattutto da mantenere.

Il valore della clientela rientra tra le cosiddette **risorse invisibili**, come la fiducia dei consumatori, l'immagine di marca, il controllo della distribuzione, le capacità del management.

Queste risorse sono considerate sempre più come **fattori chiave del vantaggio competitivo** di qualsiasi azienda, specialmente in un periodo di scarso sviluppo dei mercati e di bassa o nulla crescita economica.

La soddisfazione del cliente non è solamente una chiave di lettura degli uomini di marketing o una nuova richiesta della ISO 9001:2000, bensì l'architrave di ogni attività di business. L'identificazione dei processi che contribuiscono alla generazione della soddisfazione in tutta la filiera, le modalità di misurazione e gli strumenti per il miglioramento sono gli argomenti principali del percorso formativo.

contenuti

- La customer satisfaction e i fattori che la determinano
- Le variabili che determinano la soddisfazione
- La fidelizzazione del cliente
- Il miglioramento continuo
- La qualità nel prodotto
- Le dimensioni della qualità nel prodotto
- La qualità nei servizi
- Qualità progettata, erogata, percepita.
- Le ISO 9001 e 9004 e la soddisfazione del cliente.
- Cenni sulla normativa specifica: UNI 11098:2003, UNI 11097:2003.
- Metodi di misurazione della customer satisfaction.
- Le indagini sulla soddisfazione del Cliente.
- Identificare le aspettative ed i bisogni del Cliente.
- Identificare il grado di soddisfazione del Cliente.
- La gestione del disservizio e del reclamo.

elementi organizzativi

- Il modulo ha una **durata media di 12 ore** ma può essere integrato con ulteriori argomenti in relazione alle necessità ed agli obiettivi aziendali.
- Nell'ambito delle attività didattiche, sono previste esercitazioni interattive