



GESTIONE DEL POST-VENDITA

FINALITÀ

La funzione del Post Vendita è, oggi come non mai, una chiave strategica nella politica commerciale dell'azienda: infatti, la soddisfazione del cliente, obiettivo iniziale del venditore, è solo il primo passo di una lunga strada che conduce a instaurare una relazione autenticamente proficua con chi fruisce del prodotto o servizio che vendiamo. Ciò che segue, e che maggiormente incide su detta relazione, è la fidelizzazione del cliente: ecco quindi che occorre sviluppare gli standard qualitativi del servizio e monitorarne l'efficacia, determinare con precisione quali siano i parametri di valutazione di tale servizio, gestire i reclami e le situazioni problematiche, con l'obiettivo finale di sfidare e addirittura superare le esigenze del cliente stesso

DATI ORGANIZZATIVI

- *Durata*: da definire in base a obiettivi e fabbisogni del cliente
- *Destinatari*: per aula max 10/12
- *Modalità di erogazione*: alternanza teoria ed esercitazioni

CONTENUTI

- Strategie di fidelizzazione del cliente
- Teorie e tecniche della comunicazione
- Competenze relazionali
- Strumenti di gestione del reclamo
- Sviluppare interesse attraverso la qualità del servizio
- Riconoscere le criticità potenzialmente foriere di reclami e prevenirle
- Gestire le lamentele trasformandole in opportunità
- Definire procedure chiare di individuazione dei reclami
- Mantenere livelli elevati di competenza ed efficienza nella soddisfazione delle aspettative del cliente
- Saper recuperare un disservizio