

**MARKETING MANAGEMENT**

# DESIGNING AN EXCEPTIONAL CUSTOMER EXPERIENCE

Durasi: **2.5 hari** (20 jam) | Duration: **2.5 days** (20 hours)

## Menjawab Masalah Apa

Saat ini pelanggan memiliki pilihan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga loyalitas pelanggan menjadi tujuan yang semakin sulit dicapai. Bagaimana perusahaan menciptakan layanan yang konsisten dan membuat pelanggan agar kembali lagi?

Pengalaman pelanggan (Customer experience/CX) menjadi kunci pembeda dengan pesaing dan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan produk di pasaran. Oleh karena itu, strategi CX perlu dirancang dengan baik agar pelanggan bukan hanya merasa puas melainkan mampu meninggalkan kesan yang memorable dalam benak pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Proses perancangan diawali dengan pemahaman terhadap pelanggan seperti karakteristik pengguna jasa offline maupun online yang saat ini sedang mengalami perkembangan yang pesat, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan CX serta mengintegrasikan inisiatif dengan keseluruhan strategi perusahaan.

## Manfaat Apa yang Anda Peroleh

Setelah mengikuti program pelatihan ini, peserta mampu:

- Memahami Konsep Customer Experience (CX)
- Mengetahui Tahapan merancang strategi CX
- Mengidentifikasi Perilaku konsumen yang mempengaruhi kebutuhan dan keinginan pelanggan
- Memetakan customer journey saat ini dan langkah untuk meningkatkannya

## Apa Saya yang Dibahas

- Konsep Customer Experience (CX)
- Tahapan merancang strategi CX dan serta mengintegrasikan inisiatif dengan keseluruhan strategi perusahaan
- Langkah pemetaan Customer Journey
- Pengelolaan Offline & Online CX untuk mengintegrasikan layanan
- Implementasi penerapan CX yang efektif

## Problems to Be Addressed

*Nowadays, customers retains several options of various products to choose to fulfill their needs, hence customer loyalty is getting more difficult to achieve. How company will be able to create consistent service and to attract customer to return to buy the goods/services?*

*Customer experience (CX) becomes the key difference against the competitor and it also becomes one of the factors to determine the success of product in the market. Thus, CX strategy has to be well planned, in order that the customer will not only be satisfied, rather it will be able to create a memorable impression within customer's mind to create customer royalty.*

*The planning process is started with understanding of the customer itself, such as the characteristic of off-line or on-line users, which nowadays is showing a tremendous progress, with the final Objective is to increase CX and to integrate the initiatives with the whole company strategy.*

## Objectives

*After taking this training program, the participants will be able to:*

- *Understand regarding the concept of Customer Experience (CX)*
- *Understand the Stages of designing a CX strategy*
- *Identify the consumer behavior which influences the needs and wants of customer*
- *Understand on how to map the current customer journey and recognize the steps to enhance it*

## Subject Covered

- *Concept of Customer Experience (CX)*
- *Steps to plan the CX strategy and to integrate the initiatives with the whole company strategy*
- *Customer Journey Mapping steps*
- *Offline & Online CX management to integrate services*
- *Effective CX implementation*

**Siapa yang Perlu Ikut**

Manajer dan Supervisor yang terlibat dalam menciptakan atau mengelola pengalaman pelanggan, mulai dari pemasar, pakar strategi hingga analis bisnis di perusahaan

**Metode pelatihan**

- Lecturing
- Diskusi Kasus

**Who Should Attend**

*Manager and Supervisor that are involved in creating or managing customer experience, including marketer, strategy expert and business analyst*

**Training Method**

- Lecturing
- Case Discussion

**IDR 5.200.000**

