



KONFERENCJA WARSZTATOWA

CUSTOMER JOURNEY MAPPING

10 KWIETNIA 2019
GOLDEN FLOOR TOWER
UL. CHŁODNA 51, WARSZAWA

PARTNER MERYTORYCZNY

Szanowni Państwo

Zarządzanie doświadczeniami klienta jest kluczowym elementem strategii biznesowej każdej organizacji. Wyzwaniem jest budowanie lojalności klienta. Jednym z najskuteczniejszych narzędzi jest mapa podróży klienta. Wiemy, jak ją przygotować. Wiemy jak z niej korzystać, by osiągać cele! Dołącz do nas, by się przekonać!

Mapa podróży to podstawowe narzędzie diagnozy doświadczeń Klientów w kontakcie z naszą firmą. Jej wytyczenie wymaga zaangażowania całej Organizacji, zwłaszcza, jeżeli chcemy zrobić to na poziomie szczegółowym. Choć diagnoza podróży Klienta może być zadaniem nietatwym i czasochłonnym, dzięki niej jesteśmy w stanie wskazać najmniejsze interakcje oraz wyłapać **momenty bólu** Klienta. Warto włożyć ten wysiłek, by móc dokładnie wytypować miejsca, w których:

- Klientowi jest trudniej i może zrezygnować,
- Klient waha się i nie wie, jaką decyzję podjąć,
- Klient potrzebuje wsparcia i zachęty z naszej strony.

Zdiagnozowanie, a następnie **zaprojektowanie doświadczeń** tak, by tworzyły spójną, pełną pozytywnych emocji podróż, pozwoli na poprawę relacji Klienta z firmą. Dzięki temu chętniej ponownie dokona zakupów, wyda u nas więcej pieniędzy, a na dodatek poleci nas swoim znajomym. Zadowolony Klient to **wygrana dla obu stron**.

Zapraszamy Państwa do świata podróży drogą klienta, do podążania jego śladem. Wspólnie stworzymy narzędzie, które zmieni funkcjonowanie Państwa działu i podejście do zarządzania doświadczeniem Klienta. Zapraszamy do udziału w warsztacie Customer Journey Mapping!

Do zobaczenia!

Rafał Szary
Kierownik Projektów
rafal.szary@infor.pl
tel. 22 212 12 29

PARTNER MERYTORYCZNY



W CustomerMatters od 2013 roku diagnozujemy i projektujemy doświadczenia klientów (Customer Experience) dla wszystkich branż w segmentach B2C i B2B. Audyтуjemy procesy, komunikację, badamy klientów wskazując punkty bólu, które mają wpływ na lojalność klientów. Nasze ulubione narzędzia to mapowanie Customer Journey i projektowanie metodą Design Thinking. Z nami nasi klienci wiedzą więcej o swoich klientach i mają narzędzia pozwalające przekuć wiedzę w konkretne korzyści.

ORGANIZATOR



Specjalizujemy się w organizacji konferencji oraz warsztatów biznesowych, skierowanych do specjalistów i menedżerów z różnorodnych branż. Dostarczamy wiedzę na najwyższym poziomie merytorycznym, zapewniając jednocześnie możliwość dyskusji oraz wymianę doświadczeń z przedstawicielami biznesu, ekspertami oraz najlepszymi praktykami na rynku. W naszym harmonogramie oferujemy szkolenia z zakresu: finansów, podatków, kadr, płac, zamówień publicznych, zarządzania projektami, sprzedaży, negocjacji oraz obsługi klienta. Naszym celem jest organizowanie wydarzeń związanych z bieżącymi zmianami, wskazywanie praktycznych rozwiązań oraz omawianie trendów rynkowych.

SKOLENIE DLA TWOJEJ FIRMY

To szkolenie możemy zaproponować w formule szkolenia zamkniętego, wyłącznie dla pracowników Twojej firmy.
Zapytaj nas o szczegóły: ideoria@infor.pl, tel. 22 212 13 14

PATRONI MEDIALNI

DZIENNIK
GAZETA PRAWNA

INFOR
Zał. R. Piętkowski w 1987 r.

Program

8.30
**REJESTRACJA UCZESTNIKÓW
I POWITALNA KAWA**



9.00
**JAK PROJEKTOWAĆ
ATRAKCYJNE USŁUGI
W BANKOWOŚCI**
- wdrożenie service design
i customer journey w mBanku



- Dlaczego zdecydowaliśmy się zastosować SD/DT w kształtowaniu oferty i usług mBanku
- Proces wdrożenia – na co zwrócić uwagę
- Jak działamy dzisiaj – jak projektujemy nasze usługi korzystając z Service Design/Customer Journey

Łukasz Wiktor, Dyrektor, Departament Produktów i Procesów Bankowości Detalicznej, mBank S.A.

Oskar Kopczyński, Menedżer kierujący Wydziałem Rozwoju i Utrzymania Systemów Wnioskowych, Departament Produktów i Procesów Bankowości Detalicznej, mBank

10.00
**POLECAM TEGO
ALLEGROWICZA**
- Customer Journey Map
w cyfrowym świecie



- Kilka słów o Allegro
- Customer Journey Map i nasze podejście do badań
- Case study Allegro

Marta Szala, Customer Experience Leader, Allegro

11.00
PRZERWA NA KAWĘ



11.20
CUSTOMER JOURNEY
- jak wykorzystać w praktyce
i budować przewagę?



- Jakie wnioski nasuwają się w trakcie mapowania
- Właściwe podejście do CJM – jakie odniesiesz korzyści
- Przewaga dzięki CJM – case study z branży rynku usług energetycznych

przedstawiciel kluczowego gracza na rynku branży energetycznej

12.20
PRZERWA NA LUNCH



13.00
CUSTOMER JOURNEY MAPPING
- warsztaty dla wymagających!



- Kim jest mój klient?
- Jak wygląda współpraca z moją firmą z jego perspektywy?
- Co klient musi zrobić, by zrealizować swój cel?

Na te i inne pytania odpowiedzi udziela jedno z podstawowych narzędzi zarządzania doświadczeniami klientów: mapa podróży, czyli Customer Journey Map. Na warsztacie 10 kwietnia 2019 roku pokażemy, jak wygląda taka mapa: z czego się składa, co pokazuje, jak ją czytać. Zaprezentujemy też, jak zabrać się za jej wypracowanie, jak identyfikować źródła głosu klienta, jak ten głos zbierać i analizować. Potem: jak podsumować żmudną pracę, nadać jej atrakcyjną graficznie formę i wreszcie: jak pracować z wnioskami i odkryciami naszej diagnozy.

Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters

Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters

16.30
ZAKOŃCZENIE KONFERENCJI



Wręczenie certyfikatów uczestnikom

Prelegenci



Łukasz Wiktor

Dyrektor, Departament Produktów i Procesów Bankowości Detalicznej, mBank S.A.

Od wielu lat związany z branżą finansową, posiada bogate doświadczenie w zakresie realizacji projektów, optymalizacji procesów i rozwoju kanałów obsługi klienta. Na początku kariery związany z Bankiem BPH (wcześniej GE Money Bank) na stanowisku Kierownika Projektów – odpowiedzialny za realizację strategicznych projektów w zakresie Call Center. Od 2010r. w mBanku, początkowo odpowiedzialny za obszar planowania i rozwoju, realizację kluczowych projektów oraz zarządzanie Contact Center. Od 2017 roku zarządza obszarem automatyzacji i digitalizacji procesów biznesowych w tym projektowanie usług (Service Design), kształtowanie ścieżek klientowskich (Customer Journey) i transformację zwinną obszaru rozwoju procesów.



Oskar Kopczyński

Menedżer kierujący Wydziałem Rozwoju i Utrzymania Systemów Wnioskowych, Departament Produktów i Procesów Bankowości Detalicznej, mBank S.A.

Od początku swojej 10-letniej przygody z mBankiem związany z dynamicznie zmieniającym się obszarem automatyzacji i digitalizacji procesów biznesowych. Pasionat technologii webowych i rozwiązań mobilnych. Koncentruje się na ciągłym wdrażaniu usprawnień technologicznych oraz poprawianiu UI/UX z myślą o końcowej satysfakcji klienta. Inicjator licznych koncepcji i rozwiązań systemowych, które z powodzeniem są wykorzystywane we wszystkich kanałach digital w mBanku.



Marta Szala

Customer Experience Leader, Allegro

Z badaniami satysfakcji związana od początku swojej kariery. Zaczynała od podszewki – w firmie badawczej (TNS Polska), a nabyte umiejętności szlifowała w firmie telekomunikacyjnej (UPC Polska). Obecnie odpowiada za badania satysfakcji kupujących i sprzedających na Allegro. Wraz z zespołem analizuje głos klientów w różnych punktach styku z platformą, a wszystko po to, żeby poprawić relacje z kupującymi i sprzedającymi, podnieść świadomość pracowników Allegro o ich potrzebach oraz usprawnić procesy obsługi.



Marta Łukawska-Daruk

Partner, CustomerMatters

Członek Customer Experience Professionals Association (CXPA). Założyciel CustomerMatters (www.customermatters.pl), firmy doradczej, która od 2013 roku promuje wśród swoich Klientów podejście do obsługi Klienta oparte na budowaniu pozytywnych doświadczeń w każdym punkcie styku, na obniżaniu wysiłku Klienta w relacjach z firmą i dokładnego diagnozowania Podróży Klienta (Customer Journey). Lubi dzielić się wiedzą podczas szkoleń i prelekcji, w szczególności uczyć „myślenia Klientem” i „dlaczego Klientem jest każdy interesariusz marki”. Wcześniej związana z telekomunikacją i bankowością (1999-2012).



Aleksandra Jagiełło-Bono

Partner, CustomerMatters

Ekspert doświadczeń klienta i pracownika, konsultant, trener. Skuteczny menedżer z ponad 18-letnim doświadczeniem. Karierę zawodową rozpoczęła w bankowości, gdzie kierowała jednostkami odpowiedzialnymi za zarządzanie sprzedażą oraz kreującymi politykę zarządzania zasobami ludzkimi. Projektowała systemy wynagrodzeń i benefitów, systemy motywacyjne oraz systemy ścieżek kariery zarówno dla struktur sprzedaży dla klienta indywidualnego i instytucjonalnego jak i pracowników jednostek centralnych. Od blisko 5 lat prowadzi projekty z zakresu Customer Experience Management wspierając największe firmy na polskim rynku we wdrażaniu klientocentrycznej kultury. Specjalizuje się w diagnozowaniu doświadczeń klientów B2C i B2B oraz pracowników z wykorzystaniem różnorodnych narzędzi CX, między innymi map podróży i map doświadczeń, badań jakościowych i ilościowych.