

Уважаемые участники CX World Forum!

Я и моя команда сердечно приветствуем Вас и поздравляем с началом Форума Customer eXperience World, который является одним из ключевых событий по теме Клиентского Опыта!

Выражаем благодарность всем участникам Форума - уважаемым спонсорам и партнерам, нашим вдохновляющим спикерам, лучшим в индустрии экспертам и практикам, готовым делиться своим успешным опытом и знаниями! Мы особенно благодарим делегатов за проявленный интерес к подготовленной нами программе Форума.

Год от года Форум расширяет спектр обсуждаемых тематик и освещает новые тренды в индустрии CX.

В течение 2-х дней нас с Вами ждет очень насыщенная, интерактивная деловая программа, сфокусированная построении продуманной CX Стратегии в компании. На форуме мы рассмотрим из чего она складывается, как влияет на коммерческую эффективность бизнеса и обсудим основные направления построения CX Стратегии:

- **НХ (Human eXperience) И ПРОСТОТА КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА**
- **ТРАНСФОРМАЦИЯ ОМНИКАНАЛЬНОСТИ В ЦИФРОВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**
- **СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДАННЫМИ О КЛИЕНТАХ**
- **ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ С КЛИЕНТАМИ**

Уверена, что опыт, представленный спикерами Форума, принесет каждому участнику большую практическую пользу, а также новые знания и идеи для развития бизнеса.

Надеюсь, что нынешний Форум, как и ранее, станет площадкой для обмена профессиональным опытом, установления полезных контактов и новых деловых связей.

Желаю всем успешной работы!

Искренне Ваша,



Светлана Жилина,
Основатель портала **CX.WORLD**
FORUM • AWARDS • CLUB

Обзор программы CX WORLD FORUM 2021

21 апреля 2021	
08.30 – 09.00 Регистрация	
9.00 – Начало Конференции, Андреевский зал Сессия1: Human eXperience: ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ И ПРОСТОТА КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА Выступления спикеров, обмен опытом	
13.15 – 14.00 Перерыв на обед	
14.00 – 18.00 Продолжение Конференции, Андреевский зал	14.30 – 18.00 Мастер-класс, Москворецкий зал
Сессия2: ТРАНСФОРМАЦИЯ ОМНИКАНАЛЬНОСТИ В ЦИФРОВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ Выступления спикеров, обмен опытом Дискуссия: ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИИ И ЧАТ-БОТОВ	Workshop LEGO® SERIOUS PLAY® ИСПОЛЬЗУЕМ ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ ВО БЛАГО КОМПАНИИ
19:00 — 22:00 Церемония награждения победителей и лауреатов ПРЕМИИ ЗА ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ - CX WORLD AWARDS	
22 апреля 2021	
09.15 – 13.10 Продолжение Конференции, Андреевский зал	09.30 – 13.30 Мастер-класс, Москворецкий зал
Сессия3: ИЗМЕРЕНИЯ, АНАЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДАННЫМИ О КЛИЕНТАХ Выступления спикеров, обмен опытом	Мастер-класс Системное улучшение CX и бизнес-процессов: КАК CJM И SERVICE BLUEPRINT РАБОТАЮТ ВМЕСТЕ?
13.10 – 14.00 Перерыв на обед	
14.00 – 17.00 Продолжение Конференции, Андреевский зал	14.30 – 18.00 Мастер-класс, Москворецкий зал
Сессия4: ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ С КЛИЕНТАМИ Выступления спикеров, обмен опытом	Мастер-класс SOFT- И HARD SKILLS CX ЭКСПЕРТА

Программа Конференции

ЗАКЛАДЫВАЕМ ОСНОВУ НЕПРЕВЗОЙДЕННОГО КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА

В программе могут быть изменения/дополнения – следите, пожалуйста, за объявлениями в залах.

9:00 - 13:15

Первый день, Зал Андреевский

Сессия 1:

Human eXperience: ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ И ПРОСТОТА КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА



09:00

ПРИВЕТСТВИЕ ОТ GREG MELIA, CEO AT CUSTOMER EXPERIENCE PROFESSIONALS' ASSOCIATION (CXPA)

Официальное приветствие участникам Форума CX World от руководителя CXPA, международной организации, объединяющей профессионалов клиентского опыта (CX) со всего мира.



09:20

ЛЕГКОСТЬ И ПРОСТОТА – НОВАЯ ВАЛЮТА HUMAN EXPERIENCE

Мир заставил нас по-новому взглянуть на то, что такое качественный клиентский опыт. Безопасный, цифровой, быстрый, бесшовный, незаметный и при этом – по-человечески тёплый. Познакомимся с опытом мировых флагманов клиентоориентированности и заглянем в будущее – какой курс приведет к успеху?

- Изменившийся мир: human, а не customer experience
- Доверие как гигиеническая основа качественного клиентского опыта
- Ничего лишнего: скорость, простота и бесшовность клиентского опыта
- Только важное: двусторонний ROI клиентского опыта
- «Одержимые клиентами» - опыт новых героев клиентского опыта



09:45

КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ЛУЧШИХ МИРОВЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

- Тренды ответственного упрощения клиентского опыта для подталкивания к здоровым финансам;
- Гибридные модели (человек+робот-адвокат) финансового планирования;
- Успешные кейсы применения технологий, в т. ч. искусственного интеллекта, для трансформации сложных процессов управления благосостоянием в человеческий НХ.



10:10

ПОТРЕБИТЕЛИ БУДУЩЕГО: ЧЕГО ХОТЯТ КЛИЕНТЫ ПОКОЛЕНИЙ Z И «АЛЬФА»

- Предпосылки к глобальной трансформации клиентского опыта: смена поколений
- Поколение Z: кто они такие и чего они хотят. Экономика, ценности, работа и бизнес
- Портрет потребителя поколения Z: кому доверяют, как тратят и во что инвестируют
- Как трансформируется клиентский опыт с появлением потребителей новых поколений, что нужно менять в компании, чтобы быть ближе к этой аудитории
- Кто придет после них: поколение «альфа» — диктаторы технологических трендов
- CX будущего для поколения «альфа»



10:35

ИКЕА: ИЗМЕНЯЯ К ЛУЧШЕМУ ПОВСЕДНЕВНУЮ ЖИЗНЬ МНОГИХ ЛЮДЕЙ. НОВЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ ЖИЗНИ

- Человеко-центричность в дизайне новых сервисов от ИКЕА
- КВАРТИРОТЕКА. ИКЕА не для миллионеров, а для миллионов!
- ИКЕА – больше, чем о доме... ИКЕА – о людях и планете!

11:00 - 11:30 НЕТВОРКИНГ, ПЕРЕРЫВ НА КОФЕ



11:30

КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ КАК ЧАСТЬ CX-СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

- Как эффективно управлять каналами связи с клиентами
- Впечатление клиента - новая ценность успешной компании



12:00

КАК ПОСТРОИТЬ КРУТОЙ CX, КОГДА ВАША АУДИТОРИЯ - ПОЛСТРАНЫ

- Как помогает обратная связь в управлении клиентским опытом
- Как встроить CX в продукты и проекты, запускаемые в компании
- Как работать с инициативами клиентского опыта



12:25

КАК МЫ ПЕРЕШЛИ НА НОВЫЙ ИНТЕРФЕЙС, СДЕЛАЛИ КЛИЕНТОВ СЧАСТЛИВЕЕ

- Интерфейс и Юзабилити личного кабинета: прихоть дизайнеров или реальное влияние на выручку?
- Какие цели мы ставили перед новым интерфейсом личного кабинета и как хотели улучшить CX
- Путь длиной в 2 года: сложности, которые возникли в процессе, и как мы с ними справлялись
- Как увеличили продажи: результаты в цифрах.



12:50

КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФРАГМЕНТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

- Цели цифровой трансформации и чего мы можем достичь?
- Ключевые фрагменты цифровой трансформации, где искать новые деньги в ритейле и удвоить свои продажи
- Чем нам поможет клиентоцентричность и кто на самом деле наш клиент?

13:15 - 14:00 НЕТВОРКИНГ, ПЕРЕРЫВ НА ОБЕД

Внимание! Конференция и мастер-классы идут параллельно в разных залах.

Если Вы записаны на мастер-класс – проходите в зал Москворецкий, а доклады конференции Вы сможете посмотреть потом в записи.

14:30 – 18:00, Зал Москворецкий

Участие по предварительной записи

Workshop LEGO® SERIOUS PLAY® ИСПОЛЬЗУЕМ ОТЗЫВЫ ВО БЛАГО КОМПАНИИ

14:00 - 18:00

Первый день, Зал Андреевский

Сессия 2:

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОМНИКАНАЛЬНОСТИ В ЦИФРОВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ



14:00

КОМПОНЕНТЫ ИНТЕГРАЦИИ КОНЦЕПЦИИ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ И ВАЖНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ СЕРВИСА, ПРОДАЖ, МАРКЕТИНГА И ПРОДУКТА

Призрак концепции клиентского пути (customer journey) ходит по России. Кто-то только обсуждает эти вопросы на конференциях, кто-то уже приступил к обсуждению внутри компаний. Многие компании нарисовали карты клиентских путей, но возможно дальше дело и не пошло, ибо создание карты клиентского пути – только один из этапов на пути полноценной интеграции концепта customer journey в деятельность компании.

В докладе будет дан обзор ключевых компонентов процесса интеграции концепции клиентского пути в деятельность компании и задачи взаимодействия при этом подразделений сервиса, продаж, маркетинга и продукта.



14:35

СЧАСТЬЕ ПРОДАВЦА НА ALIEXPRESS ИЛИ КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПЛАТФОРМУ ДЛЯ КИТАЙЦЕВ И НЕ СОЙТИ С УМА?

- Зачем мы делаем подкасты и ток-шоу для продавцов?
- Как помочь продавцу разобраться в платформе и с помощью чек-листа научить продавать?
- Как с помощью обучающих вебинаров вовлечь продавцов в освоение платформы?



5:00

ПРОСТОТА КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА: ЛЕГКИЙ ВОЗВРАТ 2.0

- Развитие рынка e-commerce и изменение поведения потребителей
- Легкий возврат – один из трендов в клиентском сервисе
- Клиентский опыт на примере кейса La Redoute



15:25

РОБОТ – ТОЖЕ ЧЕЛОВЕК!

- KPI Робота.
- Удовлетворенность и усилия клиента.
- Человекоподобный робот или лучше сказать правду клиенту.
- Подводные камни интеграций каналов в одну карточку клиента.

15:50 - 16:15 НЕТВОРКИНГ, ПЕРЕРЫВ НА КОФЕ



16:15

УХОДИМ В ОНЛАЙН

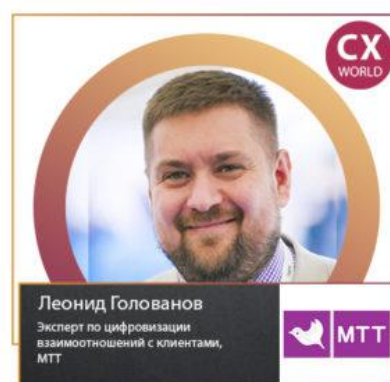
- Новая реальность это: начать диалог об ипотеке с умным помощником в голосовой станции, попросить сбросить договор в чат-боте, а подписать его с помощью приложения с биометрией.
- Роботизации взаимодействия с клиентом и снижение издержек за счет искусственного интеллекта в формате прогнозирования действий клиента.
- Рост рисков безопасности в онлайн-каналах.
- Преемственность опыта диджитализации TalkBank и использование в других компаниях

16:40

ДИСКУССИЯ: ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИИ И ЧАТ-БОТОВ

- Обслуживание клиентов в мессенджерах. Переход от живых операторов к роботам на все случаи жизни.
- Обратная сторона роботизации. Выстраивание процессов внутри компании.
- Опыт внедрения RPA.
- Бесшовный опыт мультиканальности за счет технологий искусственного интеллекта.
- Обеспечение безопасности клиентов и их средств в коммуникационных каналах с помощью поведенческого антифрод-анализа.
- Будущее коммуникационных каналов в обслуживании клиентов.

Участники дискуссии:



19.00 — 22.00

Церемония награждения Премии CX WORLD AWARDS
Зал Андреевский

ВТОРОЙ ДЕНЬ, 22 АПРЕЛЯ

Внимание! Конференция и мастер-классы идут параллельно в разных залах.

Если Вы записаны на мастер-класс – проходите в зал Москворецкий, а доклады конференции Вы сможете посмотреть потом в записи.

09:30 – 13:30, Зал Москворецкий

Участие по предварительной записи

Мастер-класс: Системное улучшение CX и бизнес-процессов: КАК CJM И SERVICE BLUEPRINT РАБОТАЮТ ВМЕСТЕ?

9:15 - 13:10

Второй день, Зал Андреевский

Сессия 3:

ИЗМЕРЕНИЯ, АНАЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДАННЫМИ О КЛИЕНТАХ



09:15

NPS: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

NPS прочно занял место главного измерителя качества клиентского опыта в России. При этом многие используют методологию неправильно: проводят ненадежные измерения, ошибочно интерпретируют результаты и принимают неверные коммерческие решения на их основе. Как избежать ошибок и превратить NPS в реально работающий инструмент управления лояльностью клиентов?

- Что действительно измеряет NPS?
- Удовлетворенность и лояльность: взболтать, но не смешивать.
- От измерений к изменениям: создаем работающую систему.



09:45

КЕЙС: КАК ЗА 2 МЕСЯЦА ЧЕРЕЗ УЛУЧШЕНИЯ ОПЫТА СОТРУДНИКОВ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПОДНЯТЬ NPS В 169 МАГАЗИНАХ

- Разбор кейса сервисного марафона в торговой сети "Перекресток"
- Почему улучшение опыта клиентов возможно только через улучшение опыта сотрудников и развитие персонала
- Какие простые и быстрые действия ведут к росту NPS одновременно в



150+ точках (магазинах)

- Как внедрять инструменты экспериментирования и пилотирования идей на уровне линейного персонала
- Как за 3 недели синхронизировать понимание и реализацию сервисной стратегии компании огромного коллектива: от линейного персонала до топ-менеджмента



10:10

ВЗАИМОСВЯЗЬ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА И БИЗНЕС-ПОКАЗАТЕЛЕЙ

- Как убедить высшее руководство и акционеров, что единственная выгодная бизнес-стратегия в долгосрочной перспективе – это работа на клиента и его потребности.
- Как связаны NPS и рыночный рост.
- Почему промоутеры – это очень ценный актив компании.
- Как измерить качество сервиса в деньгах и каким образом методично и последовательно поставить клиента в центр всех принимаемых в компании решений.

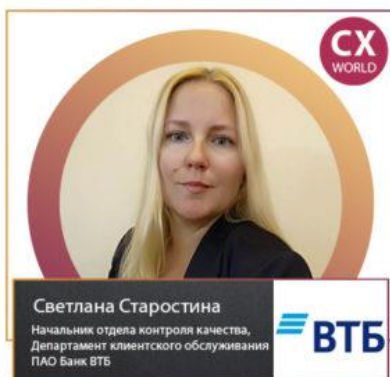


10:35

КАК УВЕЛИЧИТЬ «СИЛУ КЛИЕНТА» ОТ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ДАННЫМИ О КЛИЕНТАХ?

- Клиентская аналитика: как применять и анализировать "правильные" полученные данные?
- Как грамотно выявить и внедрить «боли» и «ценности» клиента в стратегию?
- Как спрогнозировать эффект улучшения клиентского опыта на бизнес-показатели?

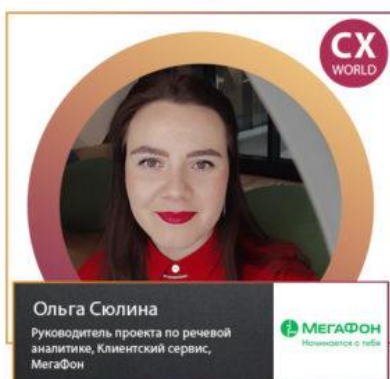
11:00 - 11:30 НЕТВОРКИНГ, ПЕРЕРЫВ НА КОФЕ



11:30

КАК МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДАННЫЕ ГОЛОСА КЛИЕНТА ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ

- Как научиться смотреть на путь клиента в формате 360 градусов в огромной компании с множеством точек контакта
- Как наиболее эффективно замерять CX и применять голос клиента для построения превосходного сервиса
- Какие "услышать" клиента через цифры замеров
- Как учимся прогнозировать клиентский опыт и реагировать на триггеры до возникновения отрицательной оценки



11:55

РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦИИ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА

- Начало большого пути – предпосылки внедрения речевой аналитики от группы компаний ЦРТ в МегаФоне
- Ключевые ценности МегаФона: счастливый клиент, лидерство и команда. Как работа с речевой аналитикой от группы компаний ЦРТ отражает их
- Лучшие практики в индустрии – делимся практическими кейсами улучшения CX клиентов
- Полученные результаты по итогам 2020. И это только начало!



12:20

ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ С АВТОМАТИЧЕСКИМ ОНЛАЙН ДАШБОРДОМ ДЛЯ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ DIGITAL РЕКЛАМЫ

- Как с помощью сквозной аналитики увеличить эффективность рекламных кампаний на 70%
- Опыт крупнейшего мирового производителя чемоданов и товаров для путешествий – компании Samsonite
- Практические советы и опыт внедрения онлайн дашборда на базе языка R, Google Cloud Platform и Google Data Studio





12:45

УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ В B2B: ИЗМЕРЕНИЯ, РИСКИ, ПОКАЗАТЕЛИ, АНАЛИТИКА

В ходе выступления расскажем о:

- построении системы управления клиентским опытом (элементы системы, влияние на бизнес, показатели)
- анализе клиентского опыта или как понять, чего хотят и ожидают клиенты от компании в B2B
- как на практике организовать профилирование, очистку и обогащение данных о клиенте

13:10 - 14:00 НЕТВОРКИНГ, ПЕРЕРЫВ НА ОБЕД

Внимание! Конференция и мастер-классы идут параллельно в разных залах.

Если Вы записаны на мастер-класс – проходите в зал Москворецкий, а доклады конференции Вы сможете посмотреть потом в записи.

14:30 – 18:00, Зал Москворецкий

Участие по предварительной записи!

Мастер-класс: SOFT- И HARD SKILLS CX ЭКСПЕРТА

14:00 - 17:00

Второй день, Зал Андреевский

Сессия 4:

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ С КЛИЕНТАМИ



14:00

КАК НАЙТИ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КЛИЕНТУ, ДАЖЕ ЕСЛИ У ВАС ИХ МИЛЛИОНЫ

- Клиентоориентированность как главный приоритет компании, заложенный в каждом сотруднике.
- Каналы поступления, приоритезация и распределение обратной связи от клиентов.
- Как выстроить процесс так, чтобы была реакция на любой отзыв клиента вне зависимости от количества.
- Персонализированный подход к клиенту, оптимальные сроки ответа во всех каналах коммуникации.



14:30

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ — КАК НОВЫЙ ЭТАП ЭВОЛЮЦИИ БИЗНЕСА. ВСЕ ЛИ К НЕМУ ГОТОВЫ?

- Как компания Макдоналдс пришла к задаче персонализации пользовательского опыта
- С какими вызовами столкнулась?
- Каким путем идет к решению поставленной задачи?



14:55

ОПЫТ БЭБИ-КЛУБА: «К КАЖДОМУ С ДУШОЙ»

- Искренний интерес к клиенту - основа доверительных отношений. Дайте почувствовать клиенту его уникальность.
- Если вам доверяют, к вам могут обратиться за советом. Будьте для клиента экспертом.
- Подробная обратная связь как важная часть клиентского сервиса. Объясните клиенту, что происходит.
- Социальные сети - один из каналов неформальной коммуникации с клиентом. Подпишитесь на клиента в социальных сетях.
- Комьюнити: как люди сближаются благодаря бренду. Ваши ценности должны объединять.



15:20

КАК НАСТРОИТЬ РАБОТУ С ГОСТЯМИ, ЧТОБЫ ИМ ХОТЕЛОСЬ ВОЗВРАЩАТЬСЯ СНОВА И СНОВА

- В сложное «ковидное» время удержание клиентов стало приоритетной задачей для компании
- Как работать с имеющейся гостевой базой и восстанавливать связь с клиентами, которые посещали салон несколько лет назад?
- Как обратиться к клиенту, но при этом не быть навязчивым и не вызвать отрицательные эмоции?
- Какой канал предпочтительнее для клиента? Рассылки через WhatsApp и их особенности в салонном бизнесе
- Репутация бренда и как проработка негативных отзывов помогает повысить лояльность к бренду



15:45

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

- Доставка не просто блюд, а всего ресторана: вкусная еда, сервис и забота о каждом госте
- Выстраивание процессов персонализированного подхода среди сотрудников



16:10

КАК ПРЕВРАТИТЬ НЕДОВОЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ В АМБАССАДОРОВ БРЕНДА

- На чем строится философия сервиса, и какие преимущества она дает в управлении компанией?
 - Почему лучше восстанавливать сервис, чем работать с жалобой?
- Поговорим в терминах CLTV, CAC, CRC
- Как работает система восстановления сервиса в международном отеле angelo by Vienna House Ekaterinburg
 - История о том, как через epic failure мы обрели еще одного амбассадора бренда Vienna House



16:35

ОСОБЕННОСТИ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ПРИ ЗАПУСКЕ MVP МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

- Выбор источника персонализации на старте (контент, рекомендации, коммуникация)
- Персонализация в UI (эмоциональная связь с клиентом)
- Голос клиента в App Store/Play Market (работа с клиентом в КЦ, звонки, чаты, розница)
- Лояльность клиентов на старте пользования продукта (запуск на лояльную аудиторию и масштабирование)
- Дальнейшее развитие продукта (пост MVP период)

17:00 - ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ, ВЕЧЕРНИЙ КОФЕ И НЕТВОРКИНГ

18:00 - ОКОНЧАНИЕ РАБОТЫ ФОРУМА

Программа Мастер-классов



21 апреля 2021, 14:30 - 18:00 | Первый день

Workshop LEGO® SERIOUS PLAY®

ИСПОЛЬЗУЕМ ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ ВО БЛАГО КОМПАНИИ

Ведущий:

Лара Химченко, Дизайн-исследователь, бизнес-тренер, ServiceOne

Закончила Британскую высшую школу дизайна. Имеет международные сертификаты менеджмента качества. Обладает практическим опытом реализации проектов по развитию клиентоориентированности, в том числе исследование мнений клиентов финансового сектора, ресторанного бизнеса, индустрии красоты и здоровья. Лара является приверженцем методов креативной работы для решения бизнес-задач, включая такие методики как Customer Journey, дизайн-мышление, Lego Serious Play. Имеет 10-летний опыт работы в международных и российских компаниях бизнес-тренером, фасилитатором. Автор обучающих программ ServiceOne. Компания ServiceOne - российский лидер в области внедрения клиентоориентированных моделей бизнеса.

LEGO® SERIOUS PLAY® (LSP) – это метод, который помогает добиться выдающихся результатов, когда компания хочет объединить силы личного и командного мышления для работы над комплексными бизнес-задачами: изучение и редизайн клиентского опыта, продуктов и процессов, стратегическое развитие и исследования, создание и развитие эффективных команд, управление изменениями, реструктуризация.

ПРОГРАММА

- Сбор отзывов клиентов (жалобы, благодарности, идеи)
- Рассмотрение отзывов внутри компании, взаимодействие между профильными подразделениями
- Предоставление ответа клиентам
- Анализ отзывов
- Формирование и реализация мероприятий по совершенствованию клиентского опыта

По итогам мастер-класса участники:

Получат знания и навыки, которые позволят им провести свою первую сессию по методике LEGO® SERIOUS PLAY® на примере кейса.

В дальнейшем участники смогут самостоятельно практиковать инструмент LEGO® SERIOUS PLAY® в своих компаниях и командах, и внедрять результаты сессии уже на местах.

В чем польза LEGO® SERIOUS PLAY® для бизнеса?

LEGO® SERIOUS PLAY® используется компаниями как способ создания согласованности, доверия и глубокого понимания клиентов, топ-менеджеров, руководителей и рядовых сотрудников компании.

22 апреля 2021, 09:30 - 13:30 | Второй день

Системное улучшение CX и бизнес-процессов: как CJM и Service Blueprint работают вместе?



Ведущий:

Игорь Крутиков, бизнес-партнер по инновациям Home Market, ex-McKinsey, консультант по управлению клиентским опытом и продуктовым улучшениям, Certified Agile Product Owner

ПРОГРАММА

- Полезные CX-инструменты, которые часто путают: Customer Journey Map, Service Blueprint, Customer Decision Journey Map, User Flow. В чем разница между ними, какие задачи они решают и когда их нужно использовать?
- Составление CJM: как сделать карту клиентского пути, которая станет действительно эффективным инструментом?
 - Практика:
 - Разбираем примеры CJM, их преимущества и недостатки
- Customer Development для составления CJM: о чем и как спросить клиента в рамках разработки карты клиентского пути?
 - Практика:
 - Формулируем гипотезы, готовим гайд и проводим интервью с реальными клиентами
 - Рисуем CJM на основе результатов интервью, выявляем проблемные места
- Составление Service Blueprint и приоритезация инициатив на основе фреймворков: как отразить изменения в бизнес-процессах, необходимые для улучшения клиентского опыта, и в каком порядке начинать с ними работать?
 - Практика:
 - Дополняем CJM элементами Service Blueprint – добавляем бизнес-процессы (backstage), атрибуты сервиса, поддерживающие процессы и др.
 - Составляем список инициатив и приоритезируем по одному из фреймворков (LEAN, WSJF или RICE)

Кому полезен

- Менеджерам CX-проектов и специалистам по управлению клиентским опытом
- Менеджерам и владельцам продуктов, членам продуктовых команд
- Руководителям фронт-офисных подразделений
- Фаундерам стартапов, руководителям малых и средних компаний

По итогам мастер-класса участники получат:

Практические навыки составления CJM и Service Blueprint, формирования и приоритезации инициатив по улучшению бизнес-процессов.

Этот мастер-класс даст участникам понимание ключевых отличий между популярными инструментами визуализации взаимодействия клиента и компании и практические навыки их применения для выстраивания клиентоориентированных процессов.

21 апреля 2021, 14:30 - 18:00 | Второй день

SOFT- И HARD SKILLS CX ЭКСПЕРТА

Инвентаризация необходимых для CX экспертов знаний и навыков



Наталья Ким
Управляющий партнер
Integria Consult



Ведущий:

Наталья Ким, Управляющий партнер Integria Consult, бизнес-тренер, коуч, организационный психолог, эксперт по интегральному развитию людей и организаций.

ПРОГРАММА

Практический мастер-класс от эксперта по развитию компетенций клиентоориентированности в компаниях. Наталья не только поделится с участниками как общей картиной и структурой необходимых каждому CX специалисту знаний, навыков и опыта, но и поможет создать личную карту развития, увидеть свои слепые зоны и наметить практические действия по их совершенствованию для каждого участника, а также поделится опытом создания программ развития клиентоориентированности в организациях.

- Soft- и Hard skills: инвентаризация необходимых для CX экспертов знаний и навыков.
- Hard skills: 6 ключевых компетенций согласно Международной Ассоциации Профессионалов Клиентского Опыта CXPA
- Soft skills: метанавыки для CX специалиста
- Карьера CX специалиста
- Моя карта реальности: степень развития Soft- и Hard skills на настоящий момент
- Мой путь: личная карта профессионального развития. Знания, навыки и опыт.
- Развитие компетенции «клиентоориентированность» в компаниях. Опыт и практика.

По итогам мастер-класса участники получат:

- Системное видение всех Soft- и Hard skills CX специалиста.
- Экспресс-оценку собственного уровня развития по ключевым знаниям и навыкам.
- Альтернативные сценарии развития карьеры CX специалиста.
- Персональную карту профессионального развития.
- Модель развития компетенций клиентоориентированности в организации.

ПОДАРОК УЧАСТНИКАМ: ЛИЧНАЯ КАРТА РАЗВИТИЯ SOFT И HARD SKILLS

Кому полезен

- Мастер-класс адресован в первую очередь **CX-профессионалам**, которые заинтересованы в развитии своего уровня компетенций и профессиональном росте, а также **руководителям**, перед которыми стоит задача развития клиентоориентированности в компании.
- Мастер-класс будет важен также для **специалистов в области HR**, перед которыми стоит задача развития компетенций сотрудников.

Чем полезен

Мастер-класс поможет каждому участнику определить, какие навыки и умения развиты у него в достаточной степени, а какие нуждаются в дополнительной поддержке и углублении. Мастер-класс поможет участникам наметить траекторию личностного развития как CX специалиста и создать персональную карту движения вперед, а также спланировать развитие компетенций клиентоориентированности в рамках организации.



**Вы гордитесь клиентским сервисом в вашей компании?
Заявите о своих достижениях на премии CX WORLD AWARDS**

Мы рады, что Вы сегодня здесь и с нами — это значит Вы и Ваша команда ежедневно работаете над улучшением клиентского опыта в вашей компании, постоянно совершенствуете бизнес-процессы, ищите всё новые подходы для улучшения сервиса. И это не пустые слова, а проявление искренней заботы о клиентах!

Ваши достижения достойны награды!

Каждый день Ваша команда работает над улучшением клиентского опыта, но за этой каждодневной суетой Вы можете просто не заметить какую огромную и полезную работу Вы и Ваша команда проделали; не заметить, каких высоких результатов Вы достигли. А что, если на минутку остановиться и оценить проделанный путь, чтобы лучше понять, чего Вы уже достигли и куда Вы можете двигаться дальше?

Расскажите профессиональному сообществу о своих достижениях в построении CX-стратегии в компании, о новых проектах, которые вы внедрили для улучшения процессов взаимодействия с клиентами, о лидерах и их командах, без которых эти достижения были бы невозможны!

Новый сезон Премии CX WORLD AWARDS стартует 15-го сентября 2021г. На 2021/2022 сезон мы готовим сейчас обновление номинаций, среди которых Вы точно подберете себе ту, в которой сможете показать какую огромную и полезную работу Вы и Ваша команда проделали, каких высоких результатов Вы достигли! И в случае выхода в финал отпраздновать свои достижения на торжественной церемонии в честь всех финалистов Премии!

Не упустите возможность отметить достижения вашей компании и успех членов команды причастных к всеобщему прогрессу! Покажите вашим существующим и потенциальным клиентам, сотрудникам и учредителям, что у вас имеются исключительные бизнес-преимущества, признанные профессиональным сообществом.