

# CUSTOMER EXPERIENCE JAKO PRZEWAGA KONKURENCYJNA – II EDYCJA

- doświadczenia praktyków

4-5 czerwca 2014 r., Warszawa,  
Hotel Westin



- Droga do Customer Experience Management – case study **PLAY**
- „Customer Experience to nie coś, co dostarczasz, to rezultat tego, czym jesteś” – wewnętrzna kultura organizacji kluczem do World Class Customer Service – case study **STARBUCKS**
- WoW Experience – wpływ kultury organizacji na strategię CEM – case study **PRACUJ.PL**
- Wdrażamy Customer Experience Management – wszystkie ręce na pokład - case study **CITI HANDLOWY**
- Human Experience Management jako wyzwanie biznesowe – case study **ORANGE**
- Czym naprawdę jest i jak skutecznie zaimplementować CEM w organizacji? Co decyduje o powodzeniu CEM? – **praktyczny warsztat dla uczestników**

## Środa, 4 czerwca

### 9.30 Rejestracja, wręczenie materiałów, poranna kawa i przywitanie

### 10.00 PLAY: droga do Customer Experience Management

- Orientacja na klienta jako źródło przewagi konkurencyjnej
- Mierzenie doświadczeń klienta – kluczowe KPI's i co z nich wynika
- Net Promoter Score: nie tylko wskaźnik
- Jak budować koalicję w organizacji i zaangażowanie pracowników
- Komunikacja, czyli klucz do sukcesu

Zuzanna Chodyra-Piast, P4

### 11.00 Przerwa na kawę

### 11.15 „Customer Experience to nie coś, co dostarczasz, to rezultat tego, czym jesteś” – wewnętrzna kultura organizacji kluczem do World Class Customer Service w Starbucks

- Dlaczego Starbucks nazywa swoich pracowników Partnerami i co z tego wynika?
- Jak zwrócić uwagę, zatrudnić i zatrzymać pracowników, którzy tworzą World Class Customer Service?
- 5 wartości „zielonego fartucha” sposobem na zaangażowanie Partnerów
- Jak budować kulturę zorientowania na klienta wśród pracowników?
- Szkolenie pracowników w duchu Customer Focus
- Bycie pracodawcą z wyboru – dlaczego ma to znaczenie w kreowaniu Customer Experience?

Eleonora Wołczyńska-Metyk, AmRest Coffee

### 12.15 WoW Experience – wpływ kultury organizacji na strategię CEM

- Wyzwanie – zmiana orientacji firmy! Jak zaprogramować biznes na Customer Centric Culture?
- Koło zamachowe lojalności – jak satysfakcja pracowników ma się do lojalności klientów?
- Jakie korzyści płyną z przygotowania Customer Journey Map?
- Net Promoter Score – jedno pytanie, wiele możliwości...
- Jak doświadczenia klientów wpływają na lojalność?

Krzysztof Grzyb, Pracuj.pl

### 13.15 Lunch

### 14.15 Wdrażamy Customer Experience Management – wszystkie ręce na pokład

- Startujemy z portu – co trzeba wiedzieć na pewno
- Płyniemy – o kierunkach wiatru
- Angażujemy załogę – kapitan to za mało
- Wpływamy na głębokie wody

Patrycja Hackiewicz, Citi Handlowy  
Ewa Kostórkiewicz, Citi Handlowy

### 15.15 Przerwa na kawę

### 15.30 Human Experience Management jako wyzwanie biznesowe

- Jaka naprawdę jest lojalność klienta AD 2014
- Dlaczego Customer Experience Management to już za mało
- Jak dobór narzędzi (Customer Journey Maps, Closed Feedback Loop) i mierników (NPS, CSAT, CES...) wpływa na firmę i biznes
- Nowe pola bitwy i nowe reguły, czyli relacja z klientem 2.0

Marcin Charkiewicz, Orange Polska

### 16.30 Zakończenie pierwszego dnia Spotkania

Zapraszam Państwa bardzo serdecznie na kolejną edycję spotkania poświęconego zarządzaniu doświadczeniami klientów

Odwotując się do Państwa sugestii, na najbliższym wydarzeniu poruszymy następujące zagadnienia:

- Customer Experience Management jako zmiana kultury organizacji
- Zarządzanie Doświadczeniami Klientów
- Wdrożenie CEM
- Mierzenie doświadczeń klienta – kluczowe KPI's i co z nich wynika
- Net Promoter Score - nie tylko wskaźnik – wykorzystanie go w jak najszerszym zakresie
- Dobór narzędzi (Customer Journey Maps, Closed Feedback Loop) i mierników (NPS, CSAT, CES...) wpływających na firmę i biznes
- Employee Experience

Dodatkowo drugiego dnia odbędzie się praktyczny warsztat pt. „Czym naprawdę jest i jak skutecznie zaimplementować CEM w organizacji? Co decyduje o powodzeniu CEM?”, w trakcie którego uczestnicy będą mieli okazję zapoznać się nie tylko z najlepszą wiedzą i praktykami CEM do zastosowania w branży B2B i B2C, ale sami będą mieli możliwość stworzyć mapę pożądanego doświadczenia dla klientów, którą będzie można zastosować w praktyce.

W trakcie spotkania eksperci oraz zaproszeni goście będą mieli znakomitą okazję wymienić wiedzę i doświadczenia, związane z nowoczesnym podejściem do obsługi i utrzymania klienta.

Do ponownego zobaczenia ;)  
Julia Ivanova  
Project Manager

Czwartek, 5 czerwca

9.30 Poranna kawa

**10.00 Czym naprawdę jest i jak skutecznie zaimplementować CEM w organizacji? Co decyduje o powodzeniu CEM? – I część praktycznego warsztatu**

- Co to jest CEM i podstawy, na których opiera się CEM
- Co w praktyce organizacji oznacza, że doświadczeniami klienta można zarządzać?
- Kto w firmie powinien tworzyć CEM?
- Skąd czerpać wiedzę o doświadczeniach klientów?
- Kamienie milowe tworzenia pozytywnych emocji i pożądaných doświadczeń klientów (customer journey map, mapa doświadczeń i emocji, punkty styku)
- Dlaczego jednym CEM się udaje a innym nie, czyli dlaczego CEM nie może być tylko projektem?
- Rola przywództwa w CEM
- Czy i jak można mierzyć efektywność CEM?

**Marta Bryła–Gozdyra, Everbe**

13.00 Lunch

**14.00 Czym naprawdę jest i jak skutecznie zaimplementować CEM w organizacji? Co decyduje o powodzeniu CEM? – II część praktycznego warsztatu**

Opis: w czasie warsztatów uczestnicy będą mieli okazję zapoznać się nie tylko z najlepszą wiedzą i praktykami CEM do zastosowania w branży B2B i B2C, ale sami będą mieli możliwość stworzyć mapę pożądaných doświadczeń dla klientów, którą będzie można zastosować w praktyce.

**Marta Bryła–Gozdyra, Everbe**

**16.00 Zakończenie Spotkania oraz wręczenie certyfikatów**

Spotkanie adresowane jest m.in. do:

Customer Care Director  
Customer Experience Manager  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów ds. Zarządzania oraz Badania Doświadczeń, Opinii i Satysfakcji Klientów  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów ds. Zarządzania Wartością Klientów  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów ds. Rozwoju Segmentów Klientów  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów Marketingu  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów Sprzedaży i Obsługi Klienta  
Dyrektorów, Kierowników, Naczelników, Managerów Biura Telefonicznej Obsługi Klienta  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów Pionu Rynku Masowego  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów Departamentu Reklamacji  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów Biura Windykacji Telefonicznej  
Dyrektorów, Kierowników, Managerów Biura Telemarketingu/Telesprzedaży  
Ekspertów ds. Badań i Rozwoju; Obsługi Klienta i Rozwoju Procesów Obsługi Klienta; Programów Lojalnościowych



## **Ewa Kostórkiewicz, Dyrektor Biura ds. Zarządzania Doświadczeniami Klientów Bankowości Detalicznej - Citi Handlowy**

Doświadczenia Klientów we współpracy z instytucją finansową są jej bliskie od ponad 15 lat. Od początku kariery zawodowej związana z bankowością. Odpowiadała za wiele obszarów bezpośredniej współpracy z Klientami, zarówno korporacyjnymi – od największych spółek po firmy z sektora SME, jak i z Klientami bankowości detalicznej. Pełniła m.in. funkcję Dyrektora Oddziału, prowadziła projekt centralizacji obsługi Klientów Korporacyjnych, odpowiadała za współpracę z kluczowymi Klientami sektora CitiBusiness. Od 2008 r. kieruje Biurem ds. Zarządzania Doświadczeniami Klientów Bankowości Detalicznej Banku Handlowego w Warszawie S.A. W obszarze jej odpowiedzialności są zagadnienia związane z kreowaniem i zarządzaniem doświadczeniami Klientów, poprawą jakości procesów, najtrudniejsze doświadczenia Klientów jakimi są reklamacje oraz działania wdrażane w oparciu o badania satysfakcji Net Promoter Score. Jest również dyplomowanym trenerem biznesu. Projektuje i prowadzi szkolenia, przede wszystkim z zakresu Customer Experience.



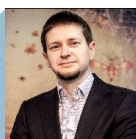
## **Patrycja Hackiewicz, Dyrektor Biura ds. Zarządzania Doświadczeniami Klientów Bankowości Korporacyjnej i Bankowości Przedsiębiorstw - Citi Handlowy**

Specjalizuje się w procesach obsługi Klientów od 14 lat. Odpowiadała za obsługę Klientów indywidualnych, a od 2010 zarządzała jakością w obszarze Klientów korporacyjnych w bankowości. Projektowała procesy reklamacyjne, zarządzała wsparciem sprzedaży oraz modelowała standardy obsługi. Obecnie kieruje Biurem ds. Zarządzania Doświadczeniami Klientów, a jej główną odpowiedzialnością jest wdrażanie rozwiązań organizacyjnych i procesowych w celu stałego podnoszenia poziomu jakości i serwisu klientów w oparciu o model Customer Experience Management oraz badania satysfakcji Net Promoter Score. Jest również dyplomowanym trenerem biznesu. Projektuje i prowadzi szkolenia, przede wszystkim z zakresu Customer Experience.



## **Zuzanna Chodyra-Piast, Kierownik Działu Zarządzania Doświadczeniem Klienta – P4 Sp. z o.o. (PLAY)**

Posiada 18-letnie doświadczenie zawodowe w obsłudze klienta i zarządzaniu jakością procesów obsługowych. Przez 13 lat związana z Polską Telefonią Cyfrową Sp. z o.o., gdzie prowadziła i rozwijała zespół odpowiedzialny za procesy kontroli jakości obsługi klienta oraz za proces szkolenia pracowników na pierwszej linii kontaktu z klientem. Karię zawodową kontynuowała w branży prywatnej opieki zdrowotnej: w Medicover koordynowała i realizowała ogólnofirmowe programy i projekty jakościowo-szkoleniowe, dedykowane dla kadry medycznej i ukierunkowane na podnoszenie jakości obsługi pacjentów. Do branży telekomunikacyjnej wróciła w 2013 roku, aby zająć się w PLAY rozwojem strategicznego obszaru Customer Experience Management. W PLAY odpowiedzialna jest za modelowanie standardów obsługi oraz za inicjowanie i wdrażanie zmian procesowych ukierunkowanych na stałe podnoszenie poziomu jakości obsługi na wszystkich punktach styku PLAY z klientem, w oparciu o model Customer Experience Management. Realizuje badania Net Promoter Score. Jest również odpowiedzialna za komunikację wewnętrzną, dotyczącą zarządzania doświadczeniem klientów. Z wykształcenia socjolog.



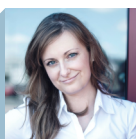
## **Marcin Charkiewicz, Kierownik Centrum Badań Konsumenckich - Orange Polska S.A.**

Od ponad 10 lat zajmuje się szeroko rozumianym Customer Experience, pierwotnie jako Badacz użyteczności produktów informatycznych, potem jako Konsultant i PM przy inicjatywach lojalizujących, dzisiaj jako Manager odpowiedzialny za diagnozę doświadczeń klientów i współtworzący strategię ich stałej poprawy na poziomie Grupy. Poza Polską pomagał też w skutecznym uruchamianiu analogicznej działalności badawczej i doradczej w innych krajach (Słowacja, Rumunia, Rosja, Mołdawia, Belgia i inne). Ekonomista, Psycholog, Nauczyciel akademicki (na co dzień Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, podyplomowo także Politechnika Warszawska, SGH).



## **Krzysztof Grzyb, Customer Experience Manager – Grupa Pracuj S.A.**

Ma dziesięcioletnie doświadczenie w sektorze B2B. Od siedmiu lat związany z Grupą Pracuj, liderem rynku rekrutacji w Polsce. Odpowiedzialny za procesy budowania lojalności wśród klientów biznesowych, wykorzystujących narzędzia Customer Journey Map, Net Promoter Score i CRM. Aktywnie wspiera budowanie wizerunku marki Pracuj.pl jako eksperta branżowego w kanale B2B. Pasjonat wszelkich zagadnień związanych z Customer Experience Management, w tym badań satysfakcji, kultury organizacyjnej oraz marketingu relacji.



## **Eleonora Woźnica-Metyk, Brand Training Manager Starbucks Central Europe - AmRest Coffee Sp. z o.o.**

Od 14 lat związana z obsługą klienta. Obecnie od 6 lat pracuje w Amrest Coffee, gdzie od 2012 roku zajmuje się prowadzeniem międzynarodowego zespołu odpowiedzialnego za tworzenie, wdrażanie i egzekwowanie strategii szkoleniowej dla baristów i kierowników Starbucks w Polsce, Czechach i na Węgrzech. Posiada wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu zespołem pracowników na pierwszej linii kontaktu z klientem, poparte sukcesami zespołu w zakresie satysfakcji klienta i bycia pracodawcą z wyboru. Przygodę ze Starbucks rozpoczęła od kilkumiesięcznego szkolenia w Seattle – głównej siedzibie Starbucks, następnie otwierała wraz z zespołem pierwszą kawiarnię Starbucks w Polsce, a także wspierała operacyjnie kolejne otwarcia w Polsce oraz otwarcie rynku węgierskiego. Obecnie również odpowiedzialna za wsparcie kawiarni w procesach operacyjnych służących stałemu podnoszeniu poziomu jakości usług i obsługi klientów. Lider programu Coffee Master wspierającego szerzenie wiedzy kawowej wśród pracowników Starbucks. Absolwentka Instytutu Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Warszawskiego.



## **Marta Bryła-Gozdyra, Dyrektor zarządzająca w Everbe, wykładowca zachowań konsumenckich w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie**

Posiada 17-letnie doświadczenie na kierowniczych stanowiskach w zarządzaniu firmą, marketingiem, sprzedażą, obsługą klienta i PR. Konsultant ds. Customer Experience, Coach oraz wieloletni wykładowca zachowań konsumenckich. Zarządzaniem doświadczeniami klientów w teorii i praktyce zajmuje się od ponad 8 lat. Jej szczególną uwagę zajmuje wpływ zadowolenia pracowników na zadowolenie i lojalność klientów. W zakresie wsparcia organizacji w zarządzaniu i customer experience współpracowała z Jet Line, Roche, RWE i innymi. Absolwentka zarządzania biznesem oraz psychologii organizacji i zachowań konsumenckich, a także coachingu.