

**Zielgruppe:**

Mitarbeiter und Führungskräfte aus dem stationären Handel, die die Bedürfnisse ihrer Kunden besser verstehen und diese mit außergewöhnlichen Erlebnissen begeistern wollen.

Format:

Bei „Customer Centricity Alive“ handelt es sich um ein Format, bei dem Teilnehmer die Möglichkeit haben über einen längeren Zeitraum hinweg in den Mokassins ihrer Kunden zu laufen, um deren Bedürfnisse und Wünsche durch eigene Erfahrungen besser zu verstehen. Dies wird durch die Anwendung moderner Design Thinking Methoden wie der Persona Arbeit, Customer Journeys und Interviews erreicht. Auf Basis der gemachten Erfahrungen werden Ideen für außergewöhnliche Kundenerlebnisse im F2F-Kontakt kreiert, die wiederum als Prototyp mit dem Kunden verprobt und anschließend zur Umsetzung gebracht werden. Optional wird das Führungskräfte Modul „Empower mindset change“ angeboten, das Storeleiter/ Teamleiter durch virtuelle Coaching Einheiten befähigt ein Customer Centricity Mindset bei den eigenen Mitarbeitern zu etablieren und in der Teamkultur zu verankern.

**Programmziele:**

Die Teilnehmer, die an diesem Programm teilnehmen, ...

- kennen die Bedeutung von Customer Centricity im Handel
- können die Lebenswelt ihrer Kunden besser verstehen
- kennen Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Kunden
- sind in der Anwendung des Design Thinking Prozesses erfahren
- können kreative Ideen für außergewöhnliche Kundenerlebnisse entwickeln, verproben und umsetzen
- können eine Customer Centricity Haltung bei ihren Mitarbeitern verankern und entsprechendes Verhalten begleiten (FK Modul)

**Inhalte:**

- Bedeutung von Customer Centricity und Mehrwert für den stationären Handel
- Methode des Design Thinking und ihre Haltung
- Persona Arbeit, Customer Journeys und Kundenbefragungen
- Ideengenerierung für Customer Centricity im eigenen Store
- Definition von Maßnahmen und Verprobung dieser am Kunden
- Umsetzung der definierten Maßnahmen im „Store“
- Rolle der Führungskraft bei Customer Centricity, Begleitung eines Mindset Change, Teammotivation (FK Modul)

**Gruppenstärke:**

6-10 Mitarbeiter, 1-2 Führungskräfte, 1 Coach

Dauer:

3 Workshops á 1 Tag über einen Zeitraum von 2 Monaten.

Phasen dazwischen je 2-3 Wochen für die Customer Journey, Kundenbefragung sowie die Verprobung erster Ideen im Store.

FK Modul: 3 virtuelle Coaching Einheiten á 2 h

**Konditionen:**

Das Honorar für die Anpassung des Konzepts auf Ihre individuellen Bedürfnisse, die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Workshops sowie das optionale Führungskräfte Modul teilen wir Ihnen gerne auf Anfrage mit.