

A Cultura Customer Centric no Setor Bancário

Objetivos Gerais:

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos sobre a cultura customer centric e a sua aplicabilidade no setor bancário.

Objetivos Específicos:

No final do curso os formandos ficarão aptos:

- A importância da implementação de uma cultura customer centric;
- Identificar as melhorias organizacionais da implementação de uma cultura customer centric;
- Relacionar os tipos de liderança com a cultura organizacional;
- Utilizar a cultura culture experience para melhorar o seu relacionamento com o cliente;
- Identificar as necessidades do cliente e definir estratégias para as tratar;
- Perceber a importância da transformação digital no setor bancário;
- Utilizar métricas e indicadores de desempenho para avaliar a utilização das diferentes estratégias.

Destinatários:

A todos os profissionais que necessitem conhecer e aplicar a cultura customer centric no setor bancário, percebendo a sua importância e utilidade na captação e fidelização de clientes

Carga Horária:

21 horas

Conteúdo Programático:

Módulo I – A Cultura Customer Centric

- Definição;
- A importância de adotar uma cultura customer centric;
- Importância da cultura customer centric no setor bancário;
- A importância do foco no cliente;
- Case Study : Empresas com cultura customer centric.

Módulo II – Clientes e sua Segmentação na Banca

- Diferentes segmentos de clientes no setor bancário;
- Necessidades, comportamentos e preferências de cada segmento de clientes.

Módulo III – Jornada do Cliente e Customer Experience (CX)

- Definição de customer experience;
- A importância do customer experience;
- Mapeamento da jornada do cliente no setor bancário, desde a aquisição até à fidelização;

Módulo IV – Design Thinking e Inovação

- A abordagem design thinking: introdução;
- A aplicação dos princípios da abordagem design thinking no desenvolvimento de produtos e serviços centrados no cliente;
- A inovação no setor bancário;
- Estratégias para oferta de experiências personalizadas;
- Entender e antecipar as necessidades dos clientes;
- Estratégias de comunicação para relacionamentos eficazes com clientes;
- A importância do feedback do cliente e o seu tratamento.

Módulo V – Cultura Organizacional e Liderança

- Tipos de liderança;
- O papel da liderança no desenvolvimento da cultura organizacional;
- Papel da liderança na promoção de uma cultura centrada no cliente;
- Estratégias de envolvimento da organização no seu todo na estratégia cliente centricity.

Módulo VI – Transformação Digital no Setor Bancário

- As tendências da transformação digital no setor bancário;
- A importância da tecnologia na melhoria da experiência do cliente e no aumento da eficiência operacional.

Módulo VII – Métricas e Avaliação de Desempenho

- A medição da eficácia da estratégia de client centricity com o uso de indicadores de desempenho;
- Principais indicadores de avaliação do desempenho da estratégia de client centricity;
- Monitorização e acompanhamento dos indicadores de desempenho.