

SERVICE DESIGN & ANALYTICS: QUANDO IL VALORE DEL SERVIZIO È ARRICCHITO DALLA GESTIONE DEI DATI

OBIETTIVI

Il Service Design è una metodologia che aiuta le aziende a costruire esperienze di servizio che rispondano pienamente alle esigenze dei clienti e siano d'impatto per l'organizzazione. L'Analytics rappresenta la possibilità di estrapolare dati e trasformarli in KPI di semplice visualizzazione in modo da intervenire nei servizi, migliorarli ed eventualmente arricchirli. Il corso mira a fornire ai partecipanti linee guida per analizzare e progettare i servizi offerti da un'azienda, definirne i KPI (Key Performance Indicator) e gli SLA (Service Level Agreement); verranno inoltre illustrate le best practices di analisi e gestione per la valutazione dei servizi offerti. L'obiettivo del corso consiste nel fornire delle indicazioni, sia di processo che operative, per gestire l'erogazione di un servizio in modo pienamente rispondente al bisogno del cliente con valutazione delle performance basate su dati a consuntivo.

DESTINATARI

Coloro che gestiscono business unit di servizio e che intendano migliorare in azienda il livello di soddisfazione legato all'erogazione dei servizi stessi, che intendano integrarne nuovi servizi diminuendo i costi di gestione.

CONTENUTI

PARTE 1: Service Design

- Design Thinking: i diversi approcci e i relativi benefici
- Approccio LEAN alla progettazione dei nuovi servizi
- Introduzione al Service Design, ai suoi principi e ai suoi strumenti
- Analisi dei bisogni del cliente e del suo percorso di interazione con i servizi dell'azienda, attraverso strumenti come "User Personas", "Customer Journey Map" e "Service Blueprint"
- Individuazione dei principali punti di contatto (Touchpoint) fra l'azienda e il cliente e delle relative criticità, in modo da trasformarle in opportunità di innovazione
- Cenni alle tecniche di analisi e progettazione dei processi
- Introduzione alle tecniche di change management organizzativo
- Progettazione del servizio, in termini di flusso delle attività, persone afferenti e risorse materiali
- Definizione della matrice RACI
- Tecniche e strumenti iper la valutazione delle prestazioni del servizio
- Definizione della Carta dei Servizi

PARTE 2: Service Analytics

- Individuazione delle principali fonti di raccolta dati ed il sistema informativo aziendale
- Il collegamento fra dato, informazione e decisione
- Analisi dei dati al fine della progettazione di un nuovo servizio
- Ampliamento dell'offering di servizi: casi studio
- Il pricing e la catena del valore del nuovo servizio: Il modello di Porter e il Business model Canvas
- Il cambiamento dei processi decisionali e della reattività rispetto al mercato
- La pianificazione degli obiettivi e delle metriche, il ruolo dei KPI
- I requisiti dei KPI: misure di sintesi, misure di variabilità, numeri indice
- Tipologie di KPI: efficacia, efficienza, qualità, costo
- Esempi di KPI
- Strumenti per analizzare e visualizzare i dati
- Le tecnologie leader di mercato: Google Analytics, Semrush e Power BI
- Le fasi del reporting e della definizione di nuovi obiettivi con annessi valutazioni qualitative e quantitativa

DOCENTE

VALUE S.A.S. – Nasce nel 2005 e la mission perseguita è quella di supportare le persone verso una crescita e un miglioramento continuo, finalizzato a sviluppare e implementare le competenze professionali e personali e a favorire il raggiungimento degli obiettivi.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

RAVENNA, 23 e 30 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5