

Podróż przez książkę

01

Zaczynamy

Ta książka jest przewodnikiem po świecie klientocentryczności i doświadczenia klienta. Będzie poruszać wiele różnych zagadnień, abyś mógł zrozumieć szeroki kontekst i samodzielnie pogłębiał to, co Cię zainteresuje.

Str. 6

02

Skąd się wzięły współczesne firmy

Firmy powstawały po to, aby bezwzględnie i w optymalny sposób wyciągać pieniądze z kieszeni klientów. Trzeba zrozumieć, co je ukształtowało, jeśli chce się je zmienić.

Str. 20

03

W poszukiwaniu nowych sposobów pracy

Od ponad pięćdziesięciu lat powstają ruchy i koncepcje pracy stawiające klienta w centrum. Warto zobaczyć, skąd się wzięły i po co powstały, zanim zaczniemy je stosować.

Str. 34

04

Krótką historią CX

Idea zrozumienia potrzeb klienta dojrzała od lat. Powstało wiele narzędzi i teorii, które ukształtowały to, co nazywamy dziś praktyką CX. Warto je poznać — ta praktyka ciągle się rozwija i zmienia.

Str. 54

05

Czym jest doświadczenie klienta

Skupmy się na tym, co klient czuje, myśli i robi w wyniku kontaktu z naszą firmą. Ma to wpływ na wyniki naszej organizacji.

Str. 68

06

Podstawowe pojęcia CX

To rozdział o personach, podróży klienta, punktach styku i innych pojęciach, które umożliwiają nam pracę polepszającą doświadczenie klienta.

Str. 80

07

Zrozumieć klienta

Stąd dowiesz się, że badania służą zrozumieniu potrzeb i emocji klienta, a mierzenie służy znalezieniu związku pomiędzy tym, co dzieje się w firmie, a tym, co czuje klient.

Str. 96

08

Zarządzanie doświadczeniem klientów

Wszystko to, co robimy w firmie, wpływa na doświadczenia klientów, a te wpływają na ich decyzje, których skutki widać w wynikach firmy. Doświadczeniami trzeba zarządzać.

Str. 136

09

Projektowanie doświadczeń

Ten rozdział opowiada o tym, że doświadczenia mogą być projektowane, i oferuje narzędzia pozwalające na świadome planowanie tego, co klient ma czuć w kontaktach z naszą firmą.

Str. 168

10

Tworzenie cyfrowych doświadczeń

Doświadczenia klienta należy brać pod uwagę podczas budowania rozwiązań, z których będą korzystać klienci lub obsługujący ich pracownicy.

Str. 206

11

Co dalej?

Tu się pożegnamy, ale na koniec dostaniesz wiele otuchy oraz historię powstania tej książki.

Str. 246