



CORSO CUSTOMER EXPERIENCE ADVANCED EXPERT



PERCHÈ UN CORSO SULLA CUSTOMER EXPERIENCE

La Customer Experience è oggi una delle leve più strategiche per le organizzazioni che vogliono migliorare in modo sostenibile la qualità percepita dai clienti, la performance operativa e la competitività di lungo periodo.

Non si tratta di un insieme di iniziative spot, ma di una disciplina strutturata che integra progettazione dell'esperienza, misurazione sistematica, governance, processi e cultura aziendale. La CX agisce sia sul front-end visibile al cliente, sia sul back-end operativo, organizzativo e tecnologico che ne condiziona la riuscita.

Questo corso consente di padroneggiare metodi e strumenti avanzati per definire una Strategia di CX, mappare i journey, ascoltare la voce del cliente (VoC), misurare i principali indicatori, ridisegnare i processi interni e progettare interventi in grado di generare valore tangibile per clienti, dipendenti e stakeholder, definire una governance della CX.

I partecipanti acquisiranno una visione integrata della CX e la capacità di guidare progetti di trasformazione cliente-centrica all'interno della propria organizzazione, diventando promotori di una cultura orientata all'esperienza.

IL VALORE AGGIUNTO DELLA TOR VERGATA LEAN & SIX SIGMA ACADEMY

- Un corpo docenti e un board universitario che garantisce il continuo aggiornamento e revisione dei programmi per essere in linea con gli standard dei più qualificati player internazionali del settore e che valida le impostazioni metodologiche e i programmi dei corsi garantendone sia un indirizzo scientifico che uno pratico
- Docenti di spessore, tutti specialisti e manager di azienda che si occupano giornalmente di tematiche Customer Experience e trasformazione digitale.
- Certificazione Customer Experience Advanced - Certified by Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy
- Attenzione a ogni singolo partecipante grazie a classi con accesso limitato per garantire il confronto diretto continuo
- Sessioni di formazione con casi pratici ed esercitazioni per poter imparare mettendo in pratica
- Applicazione dei concetti acquisiti in un project work

DESTINATARI

Il Corso Customer Experience Advanced è rivolto a professionisti e manager che vogliono acquisire competenze evolute per progettare, governare e misurare iniziative di Customer Experience, portando la disciplina a un livello strategico e integrato all'interno della propria organizzazione. Il corso fornisce strumenti evoluti, metodologie operative e una visione sistemica per affrontare progetti complessi, trasversali e ad alto impatto.



Consente di operare in modo strutturato nella progettazione, gestione e misurazione dell'esperienza, contribuendo allo sviluppo di una cultura organizzativa orientata al cliente e all'adozione di un approccio sistemico e sostenibile alla CX.

OBIETTIVO DEL CORSO

Il corso ha l'obiettivo di formare Manager e professionisti in grado di guidare progetti di trasformazione e miglioramento della Customer Experience in contesti complessi e multidisciplinari.

Al termine del percorso, i partecipanti saranno in grado di:

- Differenziare la Customer Experience da concetti affini come User Experience, Customer Service, Customer Care, e comprenderne l'impatto organizzativo.
- Analizzare e interpretare le interazioni tra cliente e azienda attraverso una prospettiva end-to-end, in contesti sia B2C che B2B.
- Progettare journey esperienziali avanzati, collegando front-end e back-end.
- Definire processi di misurazione della Customer Experience e relativi indicatori chiave, analizzare criticità e opportunità dai dati raccolti.
- Integrare metodologie Lean e strumenti Six Sigma per il miglioramento continuo dell'esperienza.
- Costruire una cultura Customer-Centric attraverso leve di leadership, sponsorship interna e processi trasversali.
- Definire roadmap operative e modelli di governance efficaci per la gestione della Customer Experience.

Il corso mira, pertanto, a fornire non solo conoscenze teoriche, ma anche la capacità di applicarle al proprio contesto operativo attraverso esercitazioni, simulazioni e lo sviluppo di un project work applicato, sotto la guida della Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy.

Il percorso consente di acquisire autonomia nell'uso di strumenti avanzati di progettazione, analisi e gestione della Customer Experience, da applicare in modo trasversale nei diversi ambiti aziendali e oltre il perimetro specifico del progetto formativo.

DIFFERENZA TRA UN CORSO CUSTOMER EXPERIENCE FOUNDATION E UN CORSO CUSTOMER EXPERIENCE ADVANCED

Il corso Customer Experience Advanced prevede l'applicazione delle metodologie avanzate di progettazione, misurazione e governo della Customer Experience a un caso elaborato dalla Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy.

Il project work consente al partecipante di mettere in pratica gli strumenti appresi durante il percorso formativo in un contesto strutturato e guidato, trasformando le conoscenze teoriche in competenze operative e strategiche.

In questo modo, i partecipanti acquisiscono la capacità di progettare e guidare in autonomia iniziative di trasformazione cliente-centrica nella propria organizzazione.

Durante tutto il percorso di sviluppo del progetto, il partecipante sarà supportato da un ciclo di coaching individuale della durata di 3 ore, erogato dai docenti dell'Academy.

STRUTTURA DEL CORSO

Il Corso Customer Experience Advanced è articolato in due parti: una prima fase di formazione frontale e una seconda dedicata allo sviluppo operativo di un progetto di trasformazione CX, applicato a un caso reale proposto dalla Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy.



La formazione è composta da 12 sessioni da 4 ore ciascuna (48 ore totali). Ogni sessione combina contenuti teorici, strumenti operativi, analisi di casi aziendali ed esercitazioni pratiche, con un approccio esperienziale volto a consolidare le competenze.

Tra una lezione e l'altra sono previste esercitazioni individuali da svolgere in autonomia, finalizzate a rafforzare quanto appreso e ad allenare l'applicazione dei contenuti al proprio contesto.

A conclusione della formazione, è previsto un test a risposta multipla per la verifica delle competenze. Il superamento del test, insieme alla finalizzazione del project work, consente l'ottenimento della certificazione "Customer Experience Advanced – Certified by Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy".

Il project work rappresenta il cuore applicativo del corso: i partecipanti saranno chiamati a elaborare una proposta completa di intervento CX, seguendo le fasi di progettazione, misurazione e governance affrontate in aula.

Il lavoro sarà svolto su un caso reale fornito dall'Academy e sarà supportato da un percorso di action learning personalizzato, che include 3 ore di coaching individuale con i docenti della Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy.

Propedeuticità: conoscenze base excel

DURATA DEL CORSO DI FORMAZIONE

12 sessioni di formazione da 4 h ciascuna (per un totale di 48 h) nel quale verranno trattati gli argomenti, le esercitazioni e gli esempi. La formazione è on line in streaming, in diretta con il docente.

È obbligatoria la partecipazione all'80% delle lezioni.

Tutte le lezioni sono anche registrate e rese disponibili unicamente ai partecipanti del corso fino alla data d'esame.

ATTESTATI E CERTIFICAZIONE:

Certificazione Customer Experience Advanced – Certified by Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy al superamento del test finale e alla conclusione del project work, che prevede l'applicazione avanzata delle competenze acquisite a un caso reale o simulato proposto dall'Academy.

PREZZO

Quota iscrizione: **2800 €+ IVA** con la tariffa scontata "early bird" pari a **2500 €+ IVA** per i primi 3 iscritti a ciascun corso

COSA COMPRENDE LA QUOTA DI ISCRIZIONE:

- 12 sessioni formative da 4 ore ciascuna (per un totale di 48 ore), erogate online in streaming con il docente, con approfondimenti teorici, strumenti pratici e casi applicativi.
- Esercitazioni individuali da svolgere tra una sessione e l'altra (stimabili in circa 12–16 ore complessive).
- Test di verifica finale delle conoscenze acquisite.
- Project work su un caso reale fornito dalla Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy.
- 3 ore di coaching individuale con i docenti dell'Academy.
- Discussione finale del project work.
- Certificazione "Customer Experience Advanced – Certified by Tor Vergata Lean & Six Sigma Academy", rilasciata al superamento del test e alla conclusione del project work.
- Badge digitale verificabile.



PROGRAMMA

Sessione 1 – STRATEGIA CUSTOMER-CENTRIC E AMBITI DI APPLICAZIONE

- Comprendere l'evoluzione e il posizionamento strategico della Customer Experience nelle organizzazioni moderne.
- Distinguere la CX da discipline affini (UX, CS, Customer Care) per identificarne ruolo e responsabilità.
- Analizzare le peculiarità della CX in contesti B2C, B2B e Pubblica Amministrazione.
- Valorizzare la CX come leva di differenziazione, sostenibilità e vantaggio competitivo.

Sessione 2 – CULTURA, SPONSORSHIP E CHANGE MANAGEMENT

- Sviluppare una cultura customer-centric: mindset, leadership e comportamenti organizzativi.
- Identificare ruoli chiave (CXO, comitati, sponsor interni) per la governance della CX.
- Superare barriere culturali e operative: silos, KPI incoerenti, resistenze al cambiamento.
- Attivare processi di change management e coinvolgimento degli stakeholder interni.

Sessione 3 – CUSTOMER JOURNEY MAPPING AVANZATO – PARTE 1

- Applicare un approccio strutturato alla progettazione e mappatura della Customer Journey.
- Utilizzare Personas ed Empathy Map per rappresentare segmenti e bisogni reali dei clienti.
- Mappare journey di canale, processo e servizio, anche in contesti ibridi B2B/B2C.
- Integrare elementi emozionali, funzionali e relazionali nella rappresentazione dell'esperienza.

Sessione 4 – CUSTOMER JOURNEY MAPPING AVANZATO – PARTE 2

- Analizzare sequenze, trigger, attori, emozioni e canali nelle Customer Journey complesse.
- Applicare il Service Blueprint per collegare touchpoint visibili e processi di back-end.
- Identificare punti critici, incoerenze e opportunità di intervento lungo il percorso cliente.
- Visualizzare l'interazione tra reparti, sistemi e momenti della verità per supportare il redesign.

Sessione 5 – VOCE DEL CLIENTE E RACCOLTA DATI

- Esplorare le principali fonti della Voice of the Customer: survey, interviste, social listening.
- Comprendere le logiche di triangolazione tra dati qualitativi e quantitativi.
- Analizzare criticamente l'utilizzo di tecniche strutturate e non strutturate nella raccolta dati.
- Costruire sistemi di ascolto cliente scalabili e coerenti con la complessità organizzativa.

Sessione 6 – INDICATORI DI PERFORMANCE E ANALISI DATI

- Utilizzare correttamente gli indicatori CX: NPS, CSAT, CES, metriche relazionali e comportamentali.
- Leggere e interpretare i dati attraverso strumenti di visualizzazione (grafici, istogrammi, run chart).
- Applicare tecniche statistiche base per l'identificazione di pattern e correlazioni.
- Sfruttare l'Intelligenza Artificiale per l'analisi della VoC (text analytics, sentiment analysis).

Sessione 7 – IMPATTO ORGANIZZATIVO E PROCESSI INTERNI

- Riconoscere il ruolo delle funzioni aziendali che impattano sulla CX (Operations, IT, HR, Vendite).
- Analizzare KPI operativi rilevanti: TTR, FCR, throughput time, lead time.
- Connettere i processi interni con le attese del cliente finale, per una CX coerente.
- Introdurre strumenti di diagnosi organizzativa per evidenziare colli di bottiglia e gap operativi.

Sessione 8 – INTEGRAZIONE FRONT-END / BACK-END E RUOLO DELLE PERSONE

- Allineare il sistema relazionale cliente-azienda con i flussi operativi interni.
- Promuovere l'integrazione tra touchpoint digitali e fisici con logiche end-to-end.
- Sviluppare il ruolo delle persone nella delivery dell'esperienza: formazione, delega, accountability.
- Governare l'equilibrio tra customer centricity e efficienza operativa.

Sessione 9 – CO-DESIGN E INNOVAZIONE DELL'ESPERIENZA – PARTE 1

- Analizzare momenti della verità, pain point e insight per il redesign dell'esperienza.
- Applicare metodologie di co-design, brainstorming e selezione di idee ad alto impatto.



- Individuare soluzioni attraverso strumenti decisionali: PICK Chart, Pugh Matrix, Solution Matrix.
- Integrare strumenti Lean per ottimizzare i processi a beneficio della CX.

Sessione 10 – CO-DESIGN E INNOVAZIONE DELL'ESPERIENZA – PARTE 2

- Utilizzare strumenti Lean: 5S, Spaghetti Diagram, Visual Management, Poka Yoke.
- Implementare il ciclo PDCA per il miglioramento continuo dell'esperienza.
- Identificare soluzioni di automazione e AI per ottimizzare touchpoint e servizi.
- Preparare il terreno per il passaggio da progettazione a realizzazione sostenibile.

Sessione 11 – GOVERNANCE DELLA CX E ROADMAP PROGETTUALI

- Definire un modello di governance CX: ruoli, comitati, ownership e sponsorship.
- Costruire roadmap realistiche: quick win, medio periodo, metriche di monitoraggio.
- Collegare la CX ai processi di budgeting, reporting e performance management.
- Integrare la CX nella strategia e nei piani di trasformazione aziendale.

Sessione 12 – IDENTIFICAZIONE E SVILUPPO DEI PROGETTI CX

- Strutturare e avviare un progetto CX ad alto impatto sul proprio contesto aziendale.
- Identificare vincoli, stakeholder e priorità nella fase operativa.
- Riflettere sulle criticità manageriali che ostacolano l'attuazione della customer centricity.