☎ 22 1189 002
✉ szkolenia@kfk.pl

AKADEMIA MARKETINGU KFK

Customer Experience (CX) - projektowanie lepszych doświadczeń klienta

3–4 grudnia 2026
2 dni (10:00–17:00) WARSZAWA **2 290 PLN netto + 23% VAT**

11–12 lutego 2027
2 dni (10:00–17:00) WARSZAWA **2 290 PLN netto + 23% VAT**

W CENIE SZKOLENIA

- certyfikat
- materiały szkoleniowe
- obiad i przerwy kawowe

RABAT TEAM

2 osoba -25% | 3 i 4 osoba -50%

Dla uczestników z tej samej firmy, zapisanych na to samo szkolenie i termin.

PAKIET 2 SZKOLEŃ

Drugie szkolenie -25%

Dla tej samej osoby, przy jednoczesnym zamówieniu dwóch różnych szkoleń.

Rabaty TEAM i Pakiet 2 szkoleń nie łączą się ze sobą.

DLA KOGO?

To szkolenie jest przeznaczone dla osób, które chcą lepiej projektować doświadczenia klientów, porządkować ścieżki kontaktu z firmą oraz zwiększać satysfakcję klientów w oparciu o ich potrzeby, oczekiwania i rzeczywiste doświadczenia.

- Specjalistów i menedżerów marketingu, sprzedaży oraz obsługi klienta, którzy odpowiadają za jakość kontaktu z klientem
- Osób zaangażowanych w analizę ścieżek klientów, punktów styku i procesów wpływających na doświadczenia
- Menedżerów i liderów zespołów, którzy chcą łączyć podejście klientocentryczne z celami biznesowymi

FORMA SZKOLENIA

- Praktyczny warsztat z pracą w grupach i analizą realnych przykładów z firm uczestników.
- Uczestnicy pracują na narzędziach CX: mapie empatii, ścieżce klienta i analizie punktów styku oraz przygotowują konkretne rozwiązania dla swoich firm.

"*Super szkolenie, bardzo ciekawie prowadzone, pełne energii, przykładów z biznesu. Agnieszka jest wyjątkową trenerką.*"
Pracownik Maczfit Foods Sp. z o.o.

"*Trenerka profesjonalna, w bardzo interesujący sposób przekazuje wiedzę. Potrafi zainteresować i wciągnąć w temat.*"
Pracownik Polskich Portów Lotniczych SA

"*Świetna wiedza merytoryczna przekazana przystępnym językiem wraz z ćwiczeniami - pozwala lepiej projektować doświadczenia i działania Customer Experience.*"
Pracownik Selena SA

EFEKTY SZKOLENIA

Dowiesz się, jak tworzyć lepsze doświadczenia klientów - od pierwszego kontaktu z firmą po obsługę i kolejne zakupy. Nauczysz się rozpoznawać problemy, które zniechęcają klientów, projektować skuteczne usprawnienia i przygotować plan wdrożenia Customer Experience w swojej firmie.

- Odkryjesz, co wpływa na decyzje zakupowe, satysfakcję i lojalność klientów oraz jak wykorzystać psychologię marketingu i ekonomię behawioralną w projektowaniu doświadczeń.
- Nauczysz się analizować doświadczenia klientów, tworzyć Customer Journey Map i znajdować miejsca, w których firma traci klientów lub ich zaufanie.
- Poznasz sposoby projektowania lepszych doświadczeń - od usprawnienia obsługi w różnych kanałach kontaktu po pozytywne zaskakiwanie klientów.
- Dowiesz się, jak badać satysfakcję klientów, analizować ich opinie i wykorzystywać wyniki NPS oraz Voice of Customer.
- Przygotujesz plan konkretnych działań CX, które możesz wdrożyć w swojej firmie, aby poprawić doświadczenia klientów i wspierać sprzedaż.

PROGRAM SZKOLENIA

Szkolenie pokazuje, jak projektować doświadczenia klientów (Customer Experience), mapować ścieżkę klienta (Customer Journey Map) oraz przekładać działania CX na satysfakcję klientów i wyniki biznesowe.

1. Customer Experience (CX) – co wpływa na zachowania, decyzje zakupowe i satysfakcję klientów

- Dlaczego doświadczenie klienta wpływa na sprzedaż i wyniki firmy
- Jak firmy budują przewagę konkurencyjną poprzez CX
- Rola doświadczeń klienta w strategii marketingowej i sprzedażowej
- Przykłady firm, które skutecznie wykorzystują CX w praktyce

2. Analiza potrzeb klientów – jak identyfikować motywacje, emocje i insighty

- Kim jest klient: użytkownik, decydent, nabywca – różne role w procesie zakupowym
- Jak rozpoznawać potrzeby, motywacje i emocje klientów
- Insight konsumencki i job-to-be-done w praktyce
- Wpływ organizacji (marketing, sprzedaż, obsługa) na doświadczenia klienta

3. Customer Journey Map – jak budować ścieżkę klienta i rozpoznawać problemy

- Czym jest Customer Journey Map i jak ją wykorzystać w firmie
- Identyfikacja punktów styku (touchpoints) i „momentów prawdy”
- Analiza doświadczeń klienta na poszczególnych etapach ścieżki
- Jak wykrywać bariery i problemy wpływające na decyzje zakupowe

4. Tworzenie Customer Journey Map – warsztat projektowania ścieżki klienta

- Jak przygotować i przeprowadzić warsztat mapowania ścieżki klienta
- Tworzenie mapy ścieżki klienta krok po kroku
- Analiza procesów wewnętrznych wpływających na doświadczenie klienta
- Praca zespołowa nad Customer Journey Map dla własnych przypadków biznesowych

5. Projektowanie doświadczeń klienta – jak poprawiać punkty styku i zwiększać satysfakcję klienta

- Jak projektować doświadczenia, które zwiększają satysfakcję klienta i zaangażowanie
- Psychologia zachowań konsumenckich i ekonomia behawioralna w CX
- Tworzenie „momentów WOW” i pozytywnych doświadczeń klienta
- Projektowanie usprawnień dla kluczowych punktów styku

6. Badania satysfakcji klientów – NPS, Voice of Customer, analiza opinii

- Jak mierzyć satysfakcję i doświadczenie klienta (NPS, CSAT, Voice of Customer)
- Metody zbierania opinii klientów i ich analiza
- Jak wyciągać wnioski z danych jakościowych i ilościowych
- Powiązanie wyników badań z działaniami biznesowymi i sprzedażowymi

7. AI w Customer Experience – wykorzystanie danych i automatyzacja kontaktu z klientem

- Jak AI wspiera analizę danych klientów i doświadczeń
- Automatyzacja komunikacji i obsługi klienta
- Przykłady zastosowań AI w CX – co działa w praktyce
- Najczęstsze błędy i ograniczenia wykorzystania AI

8. Jak wdrożyć CX w firmie – plan działań i rekomendacje

- Jak przełożyć Customer Journey Map i wyniki badań na konkretne działania
- Priorytetyzacja zmian i plan wdrożenia CX
- Jak przekonać zarząd i zespół do działań CX
- Podsumowanie, wnioski i plan dalszych działań

Dr Agnieszka Chęś

TRENER SZKOLENIA

Doświadczona trenerka biznesu i ekspertka marketingu, zachowań konsumenckich i customer experience. Łączy rozległą wiedzę z zakresu marketingu i ekonomii behawioralnej z praktycznym doświadczeniem biznesowym, pokazując, jak lepiej rozumieć klientów, budować silne marki i wykorzystywać wiedzę o zachowaniach ludzi w konkretnych działaniach marketingowych i sprzedażowych. W Akademii Marketingu KFK prowadzi szkolenia: „Zarządzanie oraz projektowanie doświadczeń klientów (CX)”, „Design thinking - projektowanie i rozwoj produktów i usług”, „Neuromarketing” oraz „Psychologia marketingu i zachowań konsumenckich”. Jej szkolenia mają przede wszystkim praktyczny i warsztatowy charakter - ponad połowę czasu zajmują ćwiczenia, analiza przykładów i praca nad konkretnymi problemami biznesowymi. Agnieszka prowadzi zajęcia w przystępny, angażujący sposób i przyjaznej atmosferze. Nawet bardziej złożone zagadnienia wyjaśnia prostym językiem i pokazuje na przykładach, jak wykorzystać je w codziennej pracy. Dzięki temu uczestnicy nie tylko poznają mechanizmy i narzędzia, ale przede wszystkim uczą się je stosować w praktyce. Jest wykładowcą w The Paris School of Business we Francji oraz profesorem na Uniwersytecie WSB Merito. Ma wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń biznesowych oraz pracy w międzynarodowym środowisku. Jako konsultantka, ekspertka i trenerka współpracowała m.in. z Google (Projektanci Innowacji), Grant Thornton, Orange, T-Mobile oraz Oman Airport Management Company. Jej doświadczenie pozwala łączyć solidne podstawy merytoryczne z realiami biznesu i potrzebami uczestników reprezentujących firmy z różnych branż.

Zobacz pełną ofertę i zapisz się → https://kfk.pl/szkolenie/event/customer-experience-management

Wygenerowano: 15.11.2026