

# Phygital experience: interazioni da remoto e digital body language nell'esperienza del cliente

Questo percorso intende sottolineare l'importanza delle interazioni da remoto per la Customer Experience e più in generale per il business delle aziende. Nel contesto attuale si parla sempre più di Phygital Experience, volendo indicare la continuità di un'esperienza che include in modo "ibrido" momenti virtuali e fisici. Uno degli aspetti di rilievo di questo processo sono le fasi in cui aziende e clienti, dialogando attraverso il telefono, la chat, le video call, le mail, interagiscono in una dimensione che non è né digitale, né fisica, ovvero interattiva da remoto. Proprio in questa fase, la presenza della componente umana risulta cruciale per assicurare all'azienda adeguati livelli di reputation e di sviluppo del business.

## DESTINATARI

Manager, Imprenditori, Responsabili Comunicazione e Marketing, Responsabili HR.

## METODOLOGIA

Il corso è basato sull'interazione dei partecipanti e la condivisione di esperienze e best practice. Gli esempi a supporto hanno l'obiettivo di tradurre in pratica i contenuti emersi e presentati durante le sessioni.

## DURATA

Corso in presenza di 2 giornate o in modalità webinar.

## OBIETTIVI

- Analizzare le fasi della Customer Experience
- Approfondire le caratteristiche delle fasi Digital, Fisica e Interattiva da remoto
- Illustrare le dinamiche della Conversational Experience e del dialogo interattivo azienda/cliente
- Bilanciare e ottimizzare le interazioni digitale e umana
- Ottimizzare l'interazione da remoto in ottica conversioni e Customer Experience
- Introdurre le nuove skill core del mondo Phygital
- Presentare le caratteristiche del linguaggio del corpo digitale.

## PROGRAMMA

### Phygital Experience: tecnologia e fattore umano

- Evoluzione dell'Ecosistema digitale
- Il Customer Journey e l'Experience cliente
- Funnel di vendita e touchpoint: la continuità dell'esperienza cliente

- Esperienze fisiche, digitali: lo spazio Phygital
- Le interazioni da remoto: tipologie, canali, caratteristiche
- Equilibrio tra tecnologia e fattore umano.

### Competenze digitali e interazioni da remoto

- I target group e le nuove competenze per l'ingaggio cliente
- Employee Experience: il driver per la Customer Experience
- Indicatori di performance della CX e della EX
- Conversational Marketing e Conversational Experience
- Ciclo di vita del cliente e ciclo di sviluppo della relazione
- Esempi di interazioni da remoto di successo.

### Digital body language

- Il linguaggio del corpo digitale
- Nuovi paradigmi della comunicazione on line
- Le video interazioni
- La figura del personal shopper nelle interazioni da remoto
- Case history di successo.