

«Customer Experience - Μέτρηση και Βελτίωση Ικανοποίησης Πελατών»

SYLLABUS

Vellum Global Educational Services

Έκδοση 1.0



Πνευματικά Δικαιώματα

Το παρόν έγγραφο αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της Vellum Global Educational Services και όλα τα δικαιώματα είναι κατοχυρωμένα και προστατευμένα από την Ελληνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία.

Απαγορεύεται η αναπαραγωγή του σχετικού εγγράφου, είτε μέρους είτε όλου, χωρίς την έγγραφη έγκριση της Vellum Global Educational Services. Η διάθεσή του επιτρέπεται μόνο ως αυτούσιου και για ενημερωτικούς σκοπούς.

Αποκήρυξη Ευθυνών

Η Vellum Global Educational Services προετοιμάζοντας το παρόν σχήμα πιστοποίησης και διενεργώντας συστηματικούς ελέγχους ώστε να καλύπτει την εγκυρότητα του περιεχομένου του, καμία ευθύνη ωστόσο δεν φέρει για οποιαδήποτε ζημία προκύψει από την χρήση του παρόντος είτε κατά τμήμα είτε κατά όλο.

Το περιεχόμενο του παρόντος είναι δυνατόν να τροποποιηθεί ή καταργηθεί όποτε κριθεί απαραίτητο και χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

Εξεταστέα Ύλη

Η εξεταστέα ύλη ανακοινώνεται στο δικτυακό τόπο της Vellum Global Educational Services, **www.vellum.org.gr**, ο οποίος είναι και ο μόνος που αναγνωρίζεται από την εταιρεία ως σημείο ενημέρωσης των ενδιαφερομένων.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
1.1 Πιστοποίηση στο Αντικείμενο “Customer Experience - Μέτρηση και Βελτίωση Ικανοποίησης Πελατών”	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ	4
2.1 Σκοπός	4
2.2 Ομάδα στόχος	4
2.3 Δομή του πιστοποιητικού	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑΣ ΥΛΗΣ	7
3.1 Αντικείμενα αξιολόγησης και κριτήρια απόδοσης	7
3.2 Περιεχόμενα εξεταστέας ύλης	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	18

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Πιστοποίηση στο Αντικείμενο “Customer Experience - Μέτρηση και Βελτίωση Ικανοποίησης Πελατών”

Το πιστοποιητικό "Customer Experience - Μέτρηση και Βελτίωση Ικανοποίησης Πελατών" έχει σχεδιαστεί για να εξετάζει γνώσεις για την κατανόηση, μέτρησης και βελτίωσης της εμπειρίας των πελατών. Στον σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο, η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας για κάθε επιχείρηση. Η βελτίωση της εμπειρίας των πελατών μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη πιστότητα, υψηλότερες πωλήσεις και θετική φήμη.

Η εξεταστέα ύλη και οι εξετάσεις διατίθενται στα Ελληνικά, ενώ οι τελικές εξετάσεις είναι σχεδιασμένες ώστε να δίνουν στους υποψήφιους τη δυνατότητα να δείξουν ότι μπορούν να εφαρμόσουν τις δεξιότητες που παρουσιάζονται στην εξεταστέα ύλη.

Τα εξεταστικά κέντρα για να διεξάγουν εξετάσεις για το συγκεκριμένο σχήμα πιστοποίησης της Vellum, πρέπει να έχουν τον κατάλληλο εξοπλισμό και το λογισμικό που χρειάζεται για την αξιολόγηση των υποψηφίων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

2.1 Σκοπός

Σκοπός του πιστοποιητικού είναι να εξετάσει τις γνώσεις που απαιτούνται για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών στην επιχείρησή τους, όπως:

- Τη σημασία της εμπειρίας των πελατών και πώς αυτή επηρεάζει την επιχειρηματική επιτυχία.
- Εφαρμογή αποτελεσματικών μεθόδων μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών.
- Ανάλυση δεδομένων και εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών.
- Σχεδίαση και υλοποίηση στρατηγικών βελτίωσης της ικανοποίησης των πελατών.
- Αποτελεσματική αντιμετώπιση των παραπόνων και της αρνητικής ανατροφοδότησης.

2.2 Ομάδα στόχος

Το πιστοποιητικό στη «Customer Experience - Μέτρηση και Βελτίωση Ικανοποίησης Πελατών» αφορά όλους τους εργαζόμενους στον εν λόγω τομέα.

2.3 Δομή του πιστοποιητικού

Το πιστοποιητικό αποτελείται από δέκα ενότητες. Ο Υποψήφιος για να αποκτήσει το Πιστοποιητικό εξετάζεται σε όλες τις ενότητες. Οι ενότητες που διατίθενται στο πιστοποιητικό είναι οι παρακάτω:

Ενότητα εφαρμογής	Κατάσταση	Διάρκεια
1. Εισαγωγή στην Ικανοποίηση Πελατών	Βασική Ενότητα	45 λεπτά θεωρητική εξέταση
2. Θεωρητικά Μοντέλα Ικανοποίησης Πελατών	Βασική Ενότητα	
3. Μέθοδοι Μέτρησης Ικανοποίησης Πελατών	Βασική Ενότητα	
4. Τεχνολογικά Εργαλεία για τη Μέτρηση Ικανοποίησης Πελατών	Βασική Ενότητα	
5. Στρατηγικές Βελτίωσης Ικανοποίησης Πελατών	Βασική Ενότητα	
6. Διαχείριση Παραπόνων και Αρνητικής Ανατροφοδότησης	Βασική Ενότητα	
7. Η Σημασία της Πελατοκεντρικής Κουλτούρας	Βασική Ενότητα	
8. Εμπειρία Πελάτη στον Ψηφιακό Κόσμο	Βασική Ενότητα	
9. Αναλύσεις Περιπτώσεων Επιχειρήσεων (Case Studies)	Βασική Ενότητα	
10. Σχεδιασμός και Υλοποίηση Προγραμμάτων Βελτίωσης Ικανοποίησης Πελατών	Βασική Ενότητα	

Η βάση ερωτήσεων (QDB) αποτελείται από 120 κρυπτογραφημένες με σύγχρονο αλγόριθμο (MD5) ερωτήσεις και πιθανές απαντήσεις (δολώματα).

Το εξεταστικό σύστημα της Vellum ακολουθεί την τυχαία λήψη 30 ερωτήσεων, διαδικτυακά, χωρίς την ενδιάμεση παρεμβολή τρίτου μέρους, και τις ανακατεύει. Από τις 30 αυτές ερωτήσεις, επιλέγει ισόποσα Εύκολες, Μέτριες και Δύσκολες.

Αυτές οι δεξιότητες εξετάζονται στον υπολογιστή με τη μορφή ερωτήσεων πολλαπλών επιλογών.

Για να πάρει το πιστοποιητικό ο υποψήφιος θα πρέπει να επιτύχει στην εξεταστική διαδικασία πιστοποίησης, με ποσοστό επιτυχίας 70%, στο σύνολο των ενοτήτων. Επισημαίνεται πως

σε περίπτωση αποτυχίας, ο κάθε υποψήφιος έχει δικαίωμα επανάληψης της εξεταστικής διαδικασίας.

Εξέταση σε Εξεταστικό Κέντρο: Στις περιπτώσεις υποψηφίων με αναπηρία και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες, **όπως κάποιες από αυτές αναφέρονται στο Ν.3699/2008 (ΦΕΚ 199Α)**, η εξέταση διεξάγεται κατά περίπτωση όπως περιγράφεται πιο κάτω.

Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει:

1. Να ενημερώσει έγκαιρα το εξεταστικό κέντρο, προκειμένου να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες προμήθειας του ειδικού εξοπλισμού που ενδεχομένως χρειαστεί, για τον δεύτερο επιτηρητή που θα πρέπει να ορισθεί, καθώς και για την εύρεση ή τον ορισμό του κατάλληλου ατόμου που θα λειτουργήσει ως βοηθός/γραφάας, ο οποίος δεν θα πρέπει να συμμετείχε σε οποιαδήποτε πιθανή εκπαιδευτική διαδικασία με τον υποψήφιο.
2. Να προσκομίσει βεβαίωση που χορηγείται με γνωμάτευση Υγειονομικής Επιτροπής ή από Κρατικό Νοσηλευτικό Ίδρυμα ή από το αναγνωρισμένο από το Υπουργείο Παιδείας, Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων Ιατροπαιδαγωγικό Κέντρο, στην οποία πρέπει να αναγράφεται η πάθηση.

Συγκεκριμένα οι «εξεταζόμενοι»:

- α. που έχουν σοβαρά προβλήματα ακοής (κωφοί, βαρήκοοι) σε ποσοστό 67% και πάνω εξετάζονται κανονικά με την παρουσία ατόμου που γνωρίζει τη νοηματική μέθοδο για την παροχή οδηγιών και διευκρινήσεων προς τον εξεταζόμενο.
 - β. που έχουν αδυναμία αντίληψης των χρωμάτων, όλες οι ερωτήσεις που αφορούν σε χρώματα, αναφέρονται και ονομαστικά στο ζητούμενο χρώμα. Για την ορθή απάντηση στην αντίστοιχη ερώτηση οι εξεταζόμενοι επιτρέπεται να χρησιμοποιήσουν τις ετικέτες των χρωμάτων που εμφανίζονται στα αντίστοιχα μενού.
- γ.1 που είναι τυφλοί, σύμφωνα με το ν.958/79 (ΦΕΚ 191 Α) ή έχουν ποσοστό αναπηρίας στην όρασή τους τουλάχιστον 67% ή είναι αμβλύωπες με ποσοστό αναπηρίας στην όρασή τους τουλάχιστον 67%, ή
 - γ.2 έχουν κινητική αναπηρία τουλάχιστον 67% μόνιμη ή προσωρινή που συνδέεται με τα άνω άκρα, ή
 - γ.3 πάσχουν από σπαστικότητα των άνω άκρων, ή
 - γ.4 πάσχουν από κάταγμα ή άλλη προσωρινή βλάβη των άνω άκρων που καθιστά αδύνατη τη χρήση τους για γραφή, ή
 - γ.5 παρουσιάζουν ειδικές μαθησιακές δυσκολίες όπως δυσλεξία, δυσγραφία, δυσαριθμησία, δυσαναγνωσία, δυσορθρογραφία και
 - γ.6 παρουσιάζουν το φάσμα αυτισμού,

εξετάζονται με τη βοήθεια βοηθού/γραφέα. Ο βοηθός γραφέας διαβάσει τις ερωτήσεις και πληκτρολογεί τις απαντήσεις του εξεταζόμενου.

Σημείωση: Οι «εξεταζόμενοι» της περίπτωσης γ.1 αν δεν υπάρχει εγκατεστημένο ειδικό λογισμικό (Screen magnification software) μπορούν να χρησιμοποιήσουν επίσης από τα Βοηθήματα των Windows τον Μεγεθυντικό φακό.

Σε όλους τους «εξεταζόμενους» παρέχεται επιπλέον χρόνος εξέτασης 30 λεπτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑΣ ΥΛΗΣ

3.1 Αντικείμενα αξιολόγησης και κριτήρια απόδοσης

Ακολουθούν λεπτομέρειες για τις εξεταζόμενες ενότητες. Για κάθε ενότητα, προσδιορίζονται τα σχετικά Αντικείμενα αξιολόγησης που αντιστοιχούν και στις συγκεκριμένες δεξιότητες που οι υποψήφιοι πρέπει να επιδείξουν για να επιτύχουν σε κάθε ενότητα.

Για να προετοιμαστούν πλήρως για τις εξετάσεις, οι υποψήφιοι πρέπει να μπορούν να ικανοποιήσουν όλα τα Αντικείμενα Αξιολόγησης, ενώ κατά την εξεταστική διαδικασία μπορεί να μην εξεταστούν απευθείας σε όλα τα Αντικείμενα Αξιολόγησης.

Οι υποψήφιοι πρέπει να έχουν βασικές γνώσεις χειρισμού του πληκτρολογίου και του ποντικιού του υπολογιστή, καθώς η εξεταστική διαδικασία διεξάγεται με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Σημαντική σημείωση: Όπως περιγράφεται στην αρχή των ξεχωριστών ενοτήτων, από τους υποψηφίους ζητείται να γνωρίζουν όλα τα αντικείμενα αξιολόγησης της εξεταστέας ύλης, προκειμένου να αξιολογηθούν σε μία εξεταστική ώρα, στις ενότητες εφαρμογής.

3.2 Περιεχόμενα εξεταστέας ύλης

Ενότητα 1^η: Εισαγωγή στην Ικανοποίηση Πελατών

Αυτή η ενότητα θα εξετάσει τη σημασία της ικανοποίησης πελατών, τους παράγοντες που την επηρεάζουν και τα οφέλη, που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις από υψηλά επίπεδα ικανοποίησης.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
1.1 Ορισμός και σημασία της ικανοποίησης πελατών	<u>Δεξιότητες:</u> - Κατανόηση της σημασίας της ικανοποίησης πελατών. - Κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την πελατειακή ικανοποίηση. <u>Ικανότητες:</u> - Θα αναγνωρίζουν πόσο σημαντική είναι η πελατειακή ικανοποίηση για την επιχειρηματική βιωσιμότητα.
1.2 Σχέση ικανοποίησης πελατών και επιχειρηματικής επιτυχίας	
1.3 Ιστορική εξέλιξη της έννοιας της Ικανοποίησης Πελατών	

Ενότητα 2^η: Θεωρητικά Μοντέλα Ικανοποίησης Πελατών

Υπάρχουν διάφορα θεωρητικά μοντέλα που εξηγούν πώς διαμορφώνεται η ικανοποίηση πελατών. Αυτή η ενότητα θα καλύψει τα βασικά μοντέλα, όπως το μοντέλο προσδοκιών-απόδοσης, το μοντέλο της εκτίμησης της αξίας και άλλα σχετικά θεωρητικά πλαίσια.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
2.1 SERVQUAL	<u>Δεξιότητες:</u> - Κατανόηση των διάφορων θεωρητικών μοντέλων που εξηγούν πώς διαμορφώνεται η ικανοποίηση πελατών. <u>Ικανότητες:</u> - Θα μπορούν να χρησιμοποιούν βασικά μοντέλα, όπως το μοντέλο προσδοκιών-απόδοσης, το μοντέλο της εκτίμησης της αξίας και άλλα σχετικά θεωρητικά πλαίσια.
2.2 Το Μοντέλο Kano	
2.3 Η προσέγγιση Net Promoter Score (NPS)	

Ενότητα 3^η: Μέθοδοι Μέτρησης Ικανοποίησης Πελατών

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστούν διάφορες μέθοδοι μέτρησης, όπως οι έρευνες ικανοποίησης, οι συνεντεύξεις, και οι ποσοτικές και ποιοτικές αναλύσεις.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
3.1 Ποσοτικές και ποιοτικές μέθοδοι	<u>Δεξιότητες:</u> Θα κατανοήσουν διάφορες μέθοδοι μέτρησης, όπως οι έρευνες ικανοποίησης, οι συνεντεύξεις, και οι ποσοτικές και ποιοτικές αναλύσεις. <u>Ικανότητες:</u> ▪ Θα μάθουν να χρησιμοποιούν διάφορες μέθοδοι μέτρησης, όπως οι έρευνες ικανοποίησης, οι συνεντεύξεις, και οι ποσοτικές και ποιοτικές αναλύσεις
3.2 Χρήση ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων	

Ενότητα 4^η: Τεχνολογικά Εργαλεία για τη Μέτρηση Ικανοποίησης Πελατών

Αυτή η ενότητα θα εξετάσει τα τεχνολογικά εργαλεία και τις πλατφόρμες που χρησιμοποιούνται για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων ικανοποίησης πελατών, όπως τα CRM συστήματα και τα λογισμικά ανατροφοδότησης.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
4.1 CRM συστήματα και λογισμικά	Δεξιότητες: - Κατανόηση των τεχνολογικών εργαλείων και των πλατφορμών που χρησιμοποιούνται για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων ικανοποίησης πελατών Ικανότητες: - Θα μπορούν να χρησιμοποιούν τα τεχνολογικά εργαλεία και τις πλατφόρμες που χρησιμοποιούνται για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων ικανοποίησης πελατών, όπως τα CRM συστήματα και τα λογισμικά ανατροφοδότησης.
4.2 Online πλατφόρμες αξιολόγησης και ανατροφοδότησης	
4.3 Ανάλυση κοινωνικών μέσων και big data	

Ενότητα 5^η: Στρατηγικές Βελτίωσης Ικανοποίησης Πελατών

Αυτή η ενότητα θα καλύψει τις διαφορετικές στρατηγικές που μπορούν να υιοθετήσουν οι επιχειρήσεις για να βελτιώσουν την εμπειρία των πελατών τους.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
5.1 Εξατομίκευση της εμπειρίας πελάτη	Δεξιότητες: - Θα κατανοήσουν τις στρατηγικές που μπορούν να υιοθετήσουν οι επιχειρήσεις για να βελτιώσουν την εμπειρία των πελατών τους. Ικανότητες: - Θα μπορούν να εφαρμόζουν στρατηγικές βελτίωσης της εμπειρίας των πελατών τους.
5.2 Συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού	
5.3 Εφαρμογή καινοτόμων πρακτικών	

Ενότητα 6η: Διαχείριση Παραπόνων και Αρνητικής Ανατροφοδότησης

Αυτή η ενότητα θα εξετάσει τις βέλτιστες πρακτικές για την αποτελεσματική διαχείριση των παραπόνων και τη μετατροπή της αρνητικής ανατροφοδότησης σε ευκαιρίες βελτίωσης.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
6.1 Τεχνικές αντιμετώπισης παραπόνων	<u>Δεξιότητες:</u> - Κατανόηση βέλτιστων πρακτικών για την αποτελεσματική διαχείριση των παραπόνων. <u>Ικανότητες:</u> - Θα μπορούν να μετατρέπουν την αρνητική ανατροφοδότηση σε ευκαιρίες βελτίωσης.
6.2 Ανάλυση αιτιών δυσaráσκειας	
6.3 Μετατροπή αρνητικής σε θετική εμπειρία	

Ενότητα 7η: Η Σημασία της Πελατοκεντρικής Κουλτούρας

Αυτή η ενότητα θα εξετάσει πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να ενσωματώσουν μια πελατοκεντρική προσέγγιση σε όλες τις λειτουργίες τους και πώς αυτή η προσέγγιση επηρεάζει την ικανοποίηση των πελατών.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
7.1 Δημιουργία πελατοκεντρικής κουλτούρας στην επιχείρηση	Δεξιότητες: - Θα κατανοήσουν πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να ενσωματώσουν μια πελατοκεντρική προσέγγιση σε όλες τις λειτουργίες τους. Ικανότητες: - Θα μπορούν να εφαρμόζουν μια πελατοκεντρική προσέγγιση.
7.2 Συμμετοχή όλων των επιπέδων της διοίκησης	
7.3 Επικοινωνία της αξίας της ικανοποίησης πελατών στο προσωπικό	

Ενότητα 8η: Εμπειρία Πελάτη στον Ψηφιακό Κόσμο

Αυτή η ενότητα θα καλύψει τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που προκύπτουν από τον ψηφιακό μετασχηματισμό και πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να προσφέρουν εξαιρετικές ψηφιακές εμπειρίες στους πελάτες τους.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
8.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο και ψηφιακές υπηρεσίες	Δεξιότητες: - Θα κατανοήσουν τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που προκύπτουν από τον ψηφιακό μετασχηματισμό. - Θα κατανοήσουν πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να προσφέρουν εξαιρετικές ψηφιακές εμπειρίες στους πελάτες τους. Ικανότητες: - Θα μπορούν να προσφέρουν εξαιρετικές ψηφιακές εμπειρίες στους πελάτες τους.
8.2 Προσωποποιημένες διαδικτυακές εμπειρίες	
8.3 Χρήση τεχνητής νοημοσύνης και machine learning	

Ενότητα 9η: Αναλύσεις Περιπτώσεων Επιχειρήσεων (Case Studies)

Αυτή η ενότητα θα παρουσιάσει αναλύσεις περιπτώσεων επιτυχημένων και αποτυχημένων προσπάθειών για τη βελτίωση της ικανοποίησης πελατών.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
9.1 Επιτυχημένες και αποτυχημένες στρατηγικές	<u>Δεξιότητες:</u> - Θα κατανοήσουν τις διαφορές των επιτυχημένων και αποτυχημένων προσπαθειών για τη βελτίωση της ικανοποίησης πελατών. <u>Ικανότητες:</u> - Θα μπορούν να εφαρμόσουν επιτυχημένες προσπάθειες βελτίωσης της πελατειακής ικανοποίησης.
9.2 Κριτική αξιολόγηση και συζήτηση	

Ενότητα 10η:Σχεδιασμός και Υλοποίηση Προγραμμάτων Βελτίωσης Ικανοποίησης Πελατών

Η τελική ενότητα επικεντρώνεται στον σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων που στοχεύουν στη βελτίωση της ικανοποίησης πελατών. Θα εξεταστούν τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσουν οι επιχειρήσεις, από τη στρατηγική σχεδίαση μέχρι την παρακολούθηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Δεξιότητες/ Ικανότητες
10.1 Καθορισμός στόχων και KPIs	Δεξιότητες: - Θα κατανοήσουν την σημασία του σωστού σχεδιασμού και της υλοποίησης προγραμμάτων που στοχεύουν στη βελτίωση της ικανοποίησης πελατών. Ικανότητες: - Θα μπορούν να σχεδιάζουν και να υλοποιούν προγράμματα που στοχεύουν στη βελτίωση της ικανοποίησης πελατών.
10.2 Σχεδιασμός πλάνου δράσης	
10.3 Συνεχής παρακολούθηση και αξιολόγηση αποτελεσμάτων	

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Γουέστ, Ν., Χαλκίδης, Κ., & Αθανασιάδης, Α. (2020). Η εμπειρία του πελάτη: Θεωρία και πράξη. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Παπαδόπουλος, Δ. (2018). Στρατηγικές βελτίωσης της ικανοποίησης των πελατών. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζήτη.
- Αντωνίου, Μ., & Σαμαράς, Π. (2019). Προσωποποίηση και εμπειρία πελάτη στην ψηφιακή εποχή. Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.

Ξένη Βιβλιογραφία

- Dixon, M., Toman, N., & DeLisi, R. (2013). The effortless experience: Conquering the new battleground for customer loyalty. New York, NY: Penguin Group.
- Manning, H., & Bodine, K. (2012). Outside in: The power of putting customers at the center of your business. Boston, MA: Forrester Research, Inc.
- Goodman, J. A. (2014). Customer experience 3.0: High-profit strategies in the age of techno service. New York, NY: Amacom.
- Hayes, B. E. (2008). Measuring customer satisfaction and loyalty: Survey design, use, and statistical analysis methods (3rd ed.). Milwaukee, WI: ASQ Quality Press.
- Pennington, A. (2016). The customer experience book: How to design, measure and improve customer experience in your business. Harlow, England: Pearson Education.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. Harvard Business Review, 85(2), 116-126.
- Rawson, A., Duncan, E., & Jones, C. (2013). The truth about customer experience. Harvard Business Review, 91(9), 90-98.
- Woodruff, R. W. (1997). Customer satisfaction measurement and management. Journal of Marketing, 61(2), 15-37.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2003). From customer satisfaction to customer delight: Creating a new standard of service. International Journal of Service Industry Management, 14(3), 314-331.
- Satmetrix Systems, Inc. (2007). Net promoter score (NPS) - Frequently asked questions. Retrieved from <https://www.netpromoter.com/know/>
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. Journal of Marketing, 56(1), 6-21.
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. Current Opinion in Psychology, 10, 17-21.
- Harvard Business Review. (n.d.). Harvard Business Review. Retrieved from <https://hbr.org/>
- Net Promoter. (n.d.). Net Promoter Network. Retrieved from <https://www.netpromoter.com/>