



Nieuwe leergang Social Media in uw klantcontact strategie

Start 13 maart 2012

Social Media in uw klantcontact strategie 3EC

Doelgroep: Management functionarissen en/of communicatie experts die zich bezig houden cq verantwoordelijk zijn voor klantcontact via social media

Locatie/start: BR28 Utrecht/start op 13 maart en 12 juni 2012

Investering: € 2.900 exclusief BTW p.p. inclusief catering en lesmateriaal

Duur/data: 6 dagen, tweewekelijks/dinsdag 13.30-21.30 uur/3 maanden

Toelating: HBO werk- en denkniveau, werkzaam in relevant domein

Studielast: ± 6 uur per week

Iedere organisatie oriënteert zich momenteel op het gebruik van social media voor klantcommunicatie of heeft de eerste stappen gezet. Veelal start men 'ad hoc' met bijvoorbeeld Twitter en Facebook. Het opdoen van ervaring en de bijbehorende leerprocessen hebben een hoog 'trial and error' gehalte, met alle risico's van dien.

School for Customer Management organiseert, samen met Stikx Online Business, de nieuwe praktische leergang die u in staat stelt om social media op gedegen wijze binnen de klantcontact strategie van uw organisatie te integreren.

Customer Management

We benaderen social media niet uitsluitend als nieuwe kanalen, maar kijken naar de totale impact op organisaties ('Social Business'). Tevens beschouwen we social media niet als exclusief domein van één organisatieonderdeel (bijvoorbeeld marketing), maar kijken naar mogelijkheden en kansen in een breder perspectief ('Customer Management').

Centraal staan vragen als:

- Hoe zet u sociale media in als klantcontact kanalen?
- Wat zijn de consequenties voor uw organisatie en management?
- Op welke manier realiseert u aansluiting bij 'traditionele' (klant)communicatie
- Hoe boek u concreet en meetbaar resultaat?
- Welke tools kunt u inzetten?
- Welke organisatorische en juridische kaders zijn van toepassing?

De interactieve leergang bestaat uit drie onderdelen:

- Vier interactieve collegedagen
- Een werkcollegedag
- Een praktijkopdracht/examendag

Gedurende de vier collegedagen werkt u tijdens de interactieve sessies actief aan uw kennisopbouw en verkent u allerlei mogelijkheden voor toepassing binnen uw eigen klantcontact strategie. Er is veel gelegenheid tot intervisie.

In het werkcollege staat uw social media roadmap c.q. plan centraal. Dit plan presenteert u in de laatste sessie aan docenten en medestudenten.

De lessen worden verzorgd door docenten van School for Customer Management & Stikx Online Business. Ze begeleiden u ook bij het maken van uw roadmap c.q. plan van aanpak. De lessen worden verzorgd door aansprekende gastdocenten, die hun sporen hebben verdiend op het gebied van Social Business.

Tot de docenten behoren onder meer:

- Tony Bosma, Trendwatcher and Futurist, Ordina
- Arnoud Engelfriet, ICT jurist, ICTRecht
- Nathalie Soeteman, Head of Social Engagement, SNS
- Wim Rampen, Interim Manager Customer Intelligence and Brand Management, OHRA
- Ludo Raedts, director, Webcare company
- Henny Bakel, partner, Stikx en eigenaar Interactiefweb

Inhoud van lesdagen

De Leergang 'Social media in uw contactstrategie' bestaat uit 8 blokken. Elk blok benadert het integratievraagstuk vanuit een ander relevant perspectief. Gezamenlijk vormen deze thema's uw bouwstenen voor een consistente social media strategie die aansluit bij uw traditionele klantcommunicatie.

13 maart

College 1. Het klantperspectief

- de moderne consument; trends en ontwikkelingen
- drijfveren, loyaliteit, tevredenheid
- collaboratie, co-creatie

College 2. Het organisatieperspectief

- veranderende business modellen
- trend naar Social Business
- impact social media op interne organisatie
- impact op management & leiderschap

27 maart

College 3. Het relatie/intelligence-perspectief

- wat weten we als bedrijf van de klant?
- hoe kunnen we de kennis vergaren en optimaal inzetten
- regels en wetgeving op het gebied van sociale communicatie
- de rol van de (sociale en mobiele) kanalen in het beheer van de klantrelatie

College 4. Het waarde-perspectief

- van Customer Lifetime value naar Customer Engagement Value
- hoe waarderen we de klant en welke gevolgen geven we daaraan in onze strategie?
- hoe waardeert de klant ons? En hoe meten we dat? (VOC/WOCAS)
- de rol van de klant in het creëren van waarde

10 april

College 5. Het experience perspectief

- van customer decision journey tot customer service experience
- customer journey mapping
- relevante KPI's

College 6. Het netwerk perspectief

- social networking theory & analysis
- network & digital marketing
- service communities

24 april

Colleges 7 en 8. Social media als onderdeel van uw contactstrategie: planning, realisatie en implementatie

- ROI/businesscase
- KPI's
- tools
- changemanagement
- praktijkcases

8 mei

Colleges 9 en 10. Werkcollege

- wrap up van eerdere colleges
- lessons learned, tips & tricks
- Praktijkopdracht uitwerken en onderling overleg cq intervisie

22 mei

Colleges 11 en 12. Presentaties van plannen

Presentatie van praktijkopdrachten aan elkaar en evaluatie resultaten praktijkopdrachten

Deliverables

- Uw eigen social media roadmap cq plan voor implementatie of verbetering
- inzicht in alle relevante casestudies
- netwerken/intervisie met collega's & docenten
- 3 studiepunten voor de module CRM, van de MBA Customer Management

School for Customer Management is een initiatief van Philipse Business School. Alle bedrijfsopleidingen zijn erkend door CEDEO.



Meer informatie? Inschrijven? Proefcollege volgen?

School for Customer Management

088 – 01 222 22 | info@sfcml.nl | www.sfcml.nl