

Seminár

Psychológia skvelej zákaznickej skúsenosti

[Tomáš Vatrť](#)

Zákaznícka skúsenosť predstavuje subjektívne vnímanie kvality interakcie s vašou spoločnosťou. Keďže vnímanie je subjektívne, vieme ho formovať. Musíme však pochopiť psychologické sily, ktoré ho riadia.

Skvelá zákaznícka skúsenosť by nemala byť o snahe z času na čas predčiť očakávania zákazníka a potom to zdieľať na sociálnych sieťach. Naučíte sa, ako budovať skvelú zákaznícku skúsenosť bez toho, aby ste do nej museli investovať tisícky eur.

- Nikdy nedosiahnete skvelú zákaznícku skúsenosť, je to proces neustáleho zlepšovania.
- Sociálne siete urobili zo zákaznickej skúsenosti nevyhnutnú súčasť marketingu.
- Zákaznícka skúsenosť nie je merateľná, je subjektívna a tak k nej treba pristupovať.

Termíny a prihláška

Dátum	Čas	Miesto	Cena	
K tomuto semináru nie sú v súčasnej dobe vypísané žiadne termíny. O novo vypísaných termínoch Vám radi napíšeme, pokiaľ nám necháte kontakt .				

Ceny sú bez DPH 20 %.

Lektor

[Tomáš Vatrť](#)

Spoluzakladateľ reklamnej agentúry **Adbee**, konzultačnej spoločnosti **MINDWORX** a **Masterclass MINDWORX ACADEMY** prednáša o témach ako stratégia komunikácie, behaviorálna ekonómia, zákaznícka skúsenosť a presvedčivý copywriting. Verí v spojenie behaviorálnej ekonómie marketingu a technologických inovácií pri riešení komplexných problémov.

Strategicky...