

Customer Experience: dall'intenzione alla promessa mantenuta



dal 14 aprile 2026

Obiettivi

Il corso si propone di accompagnare i partecipanti in un percorso completo di **comprensione e applicazione della Customer Experience (CX)** come leva strategica per la crescita e la **fidelizzazione dei clienti**. Durante le lezioni, si partirà dall'analisi di cosa significhi oggi davvero "Customer Experience", andando oltre il semplice concetto di servizio al cliente per esplorare tutte le dimensioni che contribuiscono alla percezione complessiva del brand.

Verrà mostrato come allineare brand promise, marketing, prodotto e customer service per creare un'**esperienza coerente**, con la possibilità di sperimentare la CX in prima persona e **applicare i concetti alla propria azienda** attraverso **strumenti pratici e casi concreti**.

Elementi chiave

01

Approccio ibrido ed esperienziale: un percorso che unisce momenti di consulenza specialistica a esperienze pratiche, per favorire l'**apprendimento attivo**, il confronto diretto e lo scambio di idee e visioni.

02

Integrazione tra strategia e azione: il percorso accompagna le aziende dall'analisi della visione strategica fino all'implementazione concreta di brand e marketing, garantendo **coerenza tra obiettivi e risultati operativi**.

03

Deliverable concreti: ogni partecipante riceverà strumenti pratici come slide, mappe strategiche e piani d'azione personalizzati, **pronti per essere applicati in azienda**.



Struttura

Il percorso si compone di **4 incontri formativi in aula** (da 8 ore) + **1 incontro di follow up** di 4 ore che si svolgeranno presso la sede di Confindustria Bergamo in Via Stezzano, 87 - Kilometro Rosso GATE 5.



GIORGIO NICASTRO

Ha fondato WayOut Consulting nel 2012 per supportare imprenditori e manager a sviluppare strategie innovative. Nel 2017 ha lanciato WayOut International a Lugano e sviluppato il "Strength Analysis Test" e le "Learning Maps", giochi aziendali su temi della Leadership e del Talento.



ARGU SECILMIS

Figura di rilievo internazionale nel mondo del Branding e del Marketing, ha guidato Brand iconici come Timberland, Adidas, Cole Haan per Nike Inc. e Napapijri verso l'innovazione e il successo.

Calendario

Modulo	Data e ora
Esperienzialità e consapevolezza: vivere la Customer Experience	14 aprile 2026 dalle 9:00 alle 18:00
Brand Promise & Marketing Alignment	28 aprile 2026 dalle 9:00 alle 18:00
Dal design alla cultura dell'esperienza: farla vivere dentro l'azienda	12 maggio 2026 dalle 9:00 alle 18:00
Prodotto, servizio e touchpoint: creare esperienze integrate	26 maggio 2026 dalle 9:00 alle 18:00
Giornata di follow up	15 settembre 2026 dalle 9:00 alle 13:00

Il corso si avvarrà di **Business Game** ideati da WaYout, un **Toolkit CX completo** (Customer Journey Map, Empathy Map, Brand Promise Canvas), **laboratori pratici**, **slide di sintesi** e un **modello di piano d'azione individuale**.

Sessione 1 | Esperienzialità e consapevolezza: vivere la Customer Experience



14 aprile 2026 dalle 9:00 alle 18:00

- Una giornata dedicata al **Business Game esclusivo** di WaYout: “Migliora la tua Customer Experience”
- “Evoluzione della Customer Experience: da prodotto a emozione.”

Sessione 2 | Brand Promise & Marketing Alignment



28 aprile 2026 dalle 9:00 alle 18:00

- **Dalla promessa al vissuto del cliente** : il modulo esplora il ruolo del brand promise come ponte tra ciò che l'azienda intende comunicare e ciò che il cliente percepisce, mostrando come allineare messaggio, tono e comportamenti. Verranno presentati esempi eccellenti e analizzati errori comuni, quando la comunicazione promette più di quanto l'esperienza effettivamente consegna.
- **Laboratorio pratico: “La promessa della mia azienda”**: ogni partecipante (o team) analizza il proprio brand promise attuale, identifica eventuali gap tra promessa e realtà operativa e condivide le riflessioni per ricevere feedback collettivo. Infine, viene svolto un mini-assignment per creare una slide manifesto che rappresenti il brand promise e i valori esperienziali.

Sessione 3 | Dal design alla cultura dell'esperienza: farla vivere dentro l'azienda



12 maggio 2026 dalle 9:00 alle 18:00

- **La cultura della Customer Experience:** il modulo approfondisce il ruolo della leadership nella CX, mostrando come ogni persona possa essere ambasciatore del brand e come costruire una Customer-Centric Culture attraverso valori, comportamenti e rituali condivisi. Vengono inoltre illustrate metriche e KPI come NPS, CES e retention, con esempi di aziende che hanno trasformato la CX in un vero asset strategico.
- **Workshop di sintesi e piani d'azione:** ogni partecipante presenta la propria Customer Experience Map con proposte di miglioramento e riceve feedback individuale. Si definisce un piano operativo di 90 giorni per tradurre le idee in azioni concrete, con una chiusura ispirazionale sul tema "Dalla promessa alla fiducia – la CX come esperienza umana."



Sessione 4 | Prodotto, servizio e touchpoint: creare esperienze integrate



26 maggio 2026 dalle 9:00 alle 18:00

- **Dalla funzione all'esperienza:** il modulo esplora come design del prodotto e customer service contribuiscano alla Customer Experience e introduce il Customer Journey Mapping per mappare emozioni e frizioni del cliente. Vengono forniti strumenti pratici per analizzare e migliorare ogni touchpoint in modo concreto.
- **Esercitazione: "Progetta la tua Customer Experience":** lavoro di gruppo sull'analisi del customer journey di un prodotto o servizio aziendale. I team individueranno punti di contatto, emozioni, criticità e soluzioni migliorative, presentandole in 3-4 slide. L'attività si concluderà con feedback di Argu e discussione collettiva.

Sessione 5 | Dalla teoria all'impatto reale



15 settembre 2026 dalle 9:00 alle 13:00

Il modulo si focalizzerà sul confronto dei progetti realizzati, analizzando risultati e casi di successo. Prevede momenti di **mini-coaching** per affrontare criticità emerse e un focus sui **nuovi trend CX 2026-2027** (AI, omnicanalità, personalizzazione predittiva).

Si concluderà con la condivisione dei **"CX Champions"**, le migliori pratiche sviluppate dal gruppo.

COSTI E FINANZIAMENTO

- **3.900 €** + IVA per aziende associate a Confindustria Bergamo
- **5.000 €** + IVA per aziende NON associate a Confindustria Bergamo



È possibile **recuperare fino al 100% dei costi formativi** tramite le risorse del fondo interprofessionale **Fondirigenti**, previa verifica della disponibilità dell'azienda.

L'azienda non è aderente? Contattaci per l'iscrizione totalmente gratuita al fondo.

RISERVA UN POSTO



LIDIA PETRUZZO

l.petruzzo@serviziconfindustria.it
+39 345 6863984



EVA BALINI

e.balini@serviziconfindustria.it
+39 338 6812672



APPUNTI

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



APPUNTI

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



S E R V I Z I
C O N F I N D U S T R I A
B E R G A M O

A L T U O F I A N C O P E R
A F F R O N T A R E I N S I E M E
L E N U O V E S F I D E
D E L M E R C A T O

