

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Obiettivi

Il percorso formativo si propone di trasmettere le competenze per trasformare la vostra azienda in una organizzazione totalmente orientata al cliente, determinando quali sono i clienti che hanno maggior valore e quindi di cosa hanno bisogno, come comperano, che tipo e livello di servizio si aspettano al fine di incrementare la fedeltà dei clienti riducendo i costi di marketing, vendite e servizio.

Una migliore capacità di impostare le relazioni con il cliente permette di massimizzarne la fedeltà e avere così maggiore profittabilità.

Destinatari

Responsabili marketing, responsabili commerciali, responsabili Customer Service, responsabili progetto CRM

Contenuti

Il CRM in azienda

- dall'approccio organizzativo basato sulla riduzione dei costi a quello basato sulla creazione di valore per il cliente
- il marketing relazionale
- la creazione del valore
- i canali per la relazione con il cliente

Costruire un sistema CRM

- distinguere i vari aspetti che compongono il valore del cliente
- segmentazione della clientela secondo il grado di interesse strategico

Impatto e conseguenze sull'organizzazione aziendale

- gestione delle competenze umane
- sviluppare atteggiamenti e comportamenti all'interno dell'azienda per andare verso il CRM efficace
- l'impatto finanziario: costi e ritorni

Impostazione e gestione di un sistema CRM

- strumenti del CRM analitico
- strumenti del CRM operativo

L'interazione con il cliente

- ridefinire il processo di gestione della relazione con il cliente
- stimare il vostro capitale clienti e farlo fruttare
- migliorare il sistema di contatto con il clienti con strumenti personalizzati
- dalla personalizzazione del contatto alla personalizzazione della proposta

Condurre al successo il progetto CRM nella propria azienda

- ridisegnare il processo cliente
- effettuare le scelte tecnologiche più adatte rispetto alla propria realtà aziendale e al proprio target
- condurre il cambiamento, preparare il futuro: lavorare in rete, identificare e superare le resistenze al cambiamento, coinvolgere tutti gli attori interessati

Metodologia

Trasmissiva, e interattiva (analisi di casi reali, attività problematiche ed esemplificative utili per favorire il processo di apprendimento).

Durata

24 ore