

ACQUISIRE NUOVI CLIENTI E MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE NEI PUNTI VENDITA

Dalla costruzione del database CRM alle iniziative di loyalty, cross e up-selling

Obiettivi del Corso:

Il punto vendita è divenuto uno straordinario luogo per comunicare e generare esperienze, dove la marca trova lo spazio ideale per esplicitare i propri valori e creare rapporti privilegiati con i clienti.

Lo store ha quindi la grande **opportunità di sviluppare relazioni, aumentare l'acquisizione di nuovi clienti e fidelizzare i clienti esistenti**, accrescendone il valore nel tempo.

Ma per gestire la customer base del punto vendita in modo efficiente è necessario sviluppare la strategia e le attività di retail marketing in coordinamento con tutti gli altri canali di contatto e con il supporto di strumenti adeguati.

Il corso propone un **approccio integrato di Retail Marketing Relazionale**, per ottenere una panoramica informativa a 360° sui clienti e implementare in modo automatizzato efficaci iniziative di marketing diretto, customer care e fidelizzazione, misurabili e mirate sulle specifiche esigenze dei diversi target.

Si affrontano i temi della costruzione di un database di clienti attuali e potenziali e del CRM come strumento fondamentale per una **gestione più efficiente delle relazioni con la customer base** e si approfondisce l'ambito delle attività di contatto con i clienti potenziali, attraverso iniziative di lead management.

In generale sono trattati tutti gli elementi che compongono il Retail Marketing Mix, in un'ottica di integrazione e coordinamento della totalità dei canali di contatto per la costruzione di una customer experience superiore.

Programma:

Introduzione

- Il Punto Vendita nell'ecosistema aziendale
- Shopping Experience e Customer Experience

La costruzione dello Store Database

- Campagne gestite centralmente
- Attività di raccolta sul punto vendita

Strumenti per gestire il database

- CRM
- Piattaforme di loyalty

Analisi e segmentazione della Customer Base

- Obiettivi, variabili e tecniche di segmentazione
- RFM Analysis

Iniziative di Marketing per il punto vendita

- Retailing Marketing Mix
- Web, social media e mobile marketing
- Action Plan basato su segmentazione e Customer LifeCycle
- Attività di retention, cross-selling e up-selling
- Programmi di fidelizzazione
- Retail Lead generation e Lead nurturing

Store KPIs e reporting in ottica CRM

- Principali indicatori di misurazione
- Reporting
- Scheda cliente e customer book

Esercitazione: costruire un piano di marketing relazionale rivolto ai clienti attuali e potenziali del punto vendita

Data e sede del corso:

21 marzo 2013 - Milano
ore 9.30-17.30

Modalità di partecipazione:

Potete iscrivervi inviando una mail all'indirizzo **info@cdirectconsulting.it**
Sarete ricontattati dalla nostra segreteria organizzativa per i dettagli relativi all'iscrizione e al pagamento.

Destinatari del corso:

Manager e risorse strategiche ed operative dell'area Marketing, Web e Comunicazione in ambito Retail, Retail Manager, Store Manager, responsabili CRM

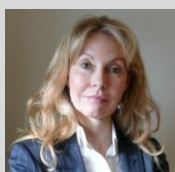
Quota d'iscrizione:

La quota di partecipazione al corso è di **450 € + IVA**

Sconto del 10% per tutte le iscrizioni pervenute entro il 28 febbraio 2013

Sconto del 20% per ogni altro partecipante della stessa azienda

Docente:



Antonietta Carollo: ha conseguito una laurea in Economia Aziendale presso l'università Cà Foscari di Venezia e un Master in Marketing Management presso la Fondazione CUOA.

Per oltre dieci anni si è occupata di marketing di prodotto, come product manager e marketing manager, in primarie società multinazionali, nei settori della farmaceutica (**Korff spa**), dell'editoria (**Gruppo Mondadori**) e dei beni di largo consumo (**Gruppo Henkel**), gestendo tutte le leve del marketing mix per i brand di competenza.

Dal 2001 al 2006 ha fatto parte del **Gruppo Vodafone**, ricoprendo inizialmente il ruolo di Direttore Marketing di Area, con la responsabilità di coordinare le iniziative di comunicazione e promozione nei punti vendita e sul territorio. In seguito, come Customer Base Quality Manager, ha gestito diversi progetti di CRM per ottimizzare le relazioni con i clienti. Infine, con il ruolo di Trade Communication Manager si è occupata dello sviluppo creativo e della produzione dei materiali di comunicazione per i punti vendita.

Dal 2006 al 2010 è stata Retail Marketing Manager in **Dolce&Gabbana**, dove ha coordinato le attività di comunicazione, promozione e CRM riferite ai punti vendita monomarca di proprietà presenti in Europa con insegna Dolce&Gabbana e D&G.

Nel 2010 ha intrapreso la strada della consulenza e della formazione, seguendo progetti di marketing strategico, brand management, retail advisory e direct marketing. Da Dicembre 2011 è Partner di C-Direct Consulting Srl dove si occupa di business development, marketing relazionale, programmi di fidelizzazione e progetti retail.

Informazioni:

Per ulteriori informazioni potete contattare la nostra segreteria organizzativa: **tel. +(39) 02 94752499**. Oppure potete inviare una email a **info@cdirectconsulting.it**

Potete inoltre contattare la Dott.ssa Antonietta Carollo per approfondimenti circa i contenuti del corso, inviando una mail al seguente indirizzo: **antonietta.carollo@cdirectconsulting.it**

Contatti:

info@cdirectconsulting.it

+(39) 02 94752499

+(39) 335 7300210

C-Direct Consulting: consulenza e formazione in area CRM, Marketing Relazionale, Social CRM, Lead Management, Customer Experience
Via Appiani 12, 20121 Milano (MI) – www.cdirectconsulting.it

Opensymbol: implementazione di sistemi informativi CRM e Document Management
Via Cal del Guà, 336075 Montecchio Maggiore (VI) – www.opensymbol.it