

Conquistare e Fidelizzare i clienti: la gestione strategica delle relazioni

OBIETTIVI DEL CORSO

Trasmettere ai partecipanti i seguenti concetti:

- il processo decisionale d'acquisto è più complesso e **il cliente ha un potere maggiore** rispetto al passato
- occorre spostare l'ottica **dalla transazione alla relazione**, con una prospettiva di medio-lungo periodo.
- la **conoscenza approfondita dei propri clienti** è un fattore di vantaggio competitivo: più efficacia nelle iniziative di marketing, massimo ritorno sugli investimenti.
- l'obiettivo finale è **aumentare il valore della customer base**: acquisire nuovi clienti più profittevoli, aumentare la fidelizzazione dei clienti redditizi, eliminare gli investimenti con ritorni limitati.

I BENEFICI

La sessione formativa permetterà ai partecipanti di:

- capire l'importanza di una **gestione strategica delle relazioni con la propria clientela**
- avere una panoramica degli **strumenti di marketing relazionale** e di come si integrano nel communication mix
- prendere visione di variabili e metodologie per **analizzare e segmentare la clientela**
- comprendere il potenziale del **ciclo di vita** del cliente
- conoscere i **principali KPIs di marketing** nell'ottica di gestione del cliente

PROGRAMMA

Introduzione

- L'evoluzione dell'approccio al mercato

La gestione strategica delle relazioni con i clienti

- **Acquisizione di nuovi clienti**
 - Segmentazione e targeting
 - Lead generation e lead management
- **Gestione dei clienti esistenti**
 - Variabili di segmentazione della clientela
 - Principali tecniche di segmentazione
 - Valore del cliente e customer lifecycle
 - Analisi ABC e RFM
 - Attività di fidelizzazione, cross e up-selling
 - Tipologie di fedeltà
 - Programmi di Loyalty

Gli strumenti di marketing che sviluppano interazioni

- PR ed Eventi
- Direct Marketing
- Web e Social Media Marketing
- Mobile Marketing

I KPIs di marketing nell'ottica della gestione del cliente

- Prospettiva di lungo periodo
 - Metriche di fidelizzazione
 - Metriche di valore e redditività
- Valutazione di singole campagne
 - Costo per contatto
 - Redemption e conversion
 - ROI

DESTINATARI DEL CORSO

Manager e risorse strategiche ed operative delle aree Marketing, Web e Comunicazione, CRM; imprenditori, consulenti e professionisti; società e agenzie operanti nel settore del Marketing diretto e digitale; responsabili ICT

Data e sede del corso:

16 luglio 2013 - Milano
ore 9.00-13.00

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.

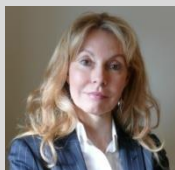
QUOTA DI ISCRIZIONE

La quota di partecipazione al corso è di **200 € + IVA**

Sconto del 10% per tutte le iscrizioni pervenute entro il 30 giugno 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

C-Direct Consulting Srl

Consulenza e formazione in area CRM, Marketing Relazionale, Social CRM, Lead Management, Customer Experience, e-Commerce

Via Appiani 12, 20121 Milano - www.cdirectconsulting.it