

## Il Marketing B2B: strategie e strumenti per aumentare il valore della base clienti

### OBIETTIVI DEL CORSO

Trasmettere ai partecipanti i seguenti concetti:

- Il mondo del B2B è profondamente mutato. La concorrenza globalizzata, lo sviluppo delle tecnologie digitali, la multicanalità, modificano il processo decisionale
- Nei mercati industriali emerge la crucialità della relazione come elemento strategico differenziante: il Marketing deve tendere alla gestione di relazioni collaborative e mettere il cliente al centro
- L'efficacia nelle attività di lead generation e nello sviluppo di engagement e fidelizzazione diventa fattore critico di successo

### I BENEFICI

La sessione formativa permetterà ai partecipanti di:

- Comprendere l'importanza di una gestione strategica delle relazioni con il clienti Azienda
- Approfondire il ruolo e le specificità del marketing nel mondo B2B
- Prendere visione delle metodologie di analisi e segmentazione della base clienti
- Conoscere le tecnologie e i principali strumenti di comunicazione per creare e rinforzare le interazioni con la customer base
- Avere una panoramica dei KPI di misurazione delle iniziative di marketing

### PROGRAMMA

#### Introduzione

- Il mercato B2B e i trend in atto

#### Il Processo d'acquisto e gli obiettivi di marketing nei mercati industriali

#### L'analisi e la segmentazione della clientela

- principali variabili e tecniche
- classificazione ABC
- RFM analysis

#### Le strategie di gestione per diversi gruppi di clienti

- Matrice loyalty/valore
- Customer lifetime value
- Acquisizione, lead generation e lead nurturing
- Fidelizzazione, Cross e up-selling, Retention

#### I principali strumenti del Communication Mix nel B2B in ottica relazionale

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

#### Misurazione delle iniziative di marketing sulla customer base

- ROI
- retention e fidelizzazione
- redemption
- conversione

### DESTINATARI DEL CORSO

Manager e risorse strategiche ed operative delle aree Marketing, Web, Comunicazione e CRM di aziende operanti nel B2B; imprenditori, consulenti e professionisti; agenzie operanti nel settore del Marketing diretto e digitale.

#### Data e sede del corso:

**16 luglio 2013 - Milano**  
**ore 14.30-18.30**

#### Modalità di partecipazione:

Potete iscrivervi inviando una mail all'indirizzo [info@cdirectconsulting.it](mailto:info@cdirectconsulting.it)  
Sarete ricontattati dalla nostra segreteria organizzativa per i dettagli relativi all'iscrizione e al pagamento.

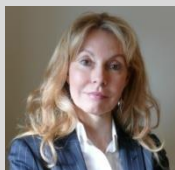
## QUOTA DI ISCRIZIONE

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**

**+(39) 335 7300210**

### 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](http://www.cdirectconsulting.it)