

**Sviluppare e ottimizzare il CRM per gestire meglio la Customer base:  
dalle scelte strategiche e tecnologiche all'integrazione delle diverse aree aziendali**

**OBIETTIVI DEL CORSO**

Trasmettere ai partecipanti i seguenti concetti:

- Il consumatore è cambiato. Gestirlo è diventato più complesso: occorrono competenze, un cambiamento culturale, strumenti adeguati
- Cosa significa CRM, a cosa serve, quali benefici apporta
- Come sviluppare il CRM nella propria azienda: dalla definizione della strategia alle scelte tecnologiche
- Le principali funzionalità offerte dal software
- Ottimizzare la soluzione CRM con una strategia Marketing e Vendite Customer Centric

**QUANDO E DOVE**

**QUANDO:** il 15 ottobre 2013, dalle 9.30 alle 18

**DOVE:** a Milano, Piazza IV Novembre 4 (di fianco alla Stazione Centrale)

**QUOTA DI ISCRIZIONE**

**450 € + IVA**

**Sconto del 10%** per tutte le iscrizioni pervenute entro il 30 settembre 2013

**Sconto del 20%** per ogni altro partecipante della stessa azienda

**PROGRAMMA**

**Il Cliente Multicanale e 2.0**

- I consumatori e la multicanalità
- Il Cliente al centro della strategia aziendale:
  - CRM
  - Customer Experience
  - Customer Engagement
- Trend del Marketing & CRM

**Dalla strategia alla scelta del software**

- Il CRM: definizione e obiettivi
- I vantaggi del CRM: quando è necessario averlo
- Il ruolo del CRM in azienda
- Gli elementi del CRM: strategia, cultura, processi, marketing, tecnologia
- Le fasi progettuali:
  - analisi e definizione strategica
  - scelta della soluzione tecnologica
  - gli sviluppi tecnici e la customizzazione della soluzione
  - formazione e coaching

**Le principali funzionalità di un sistema CRM**

- Costruire e alimentare il database
- La scheda cliente
- KPIs e reporting sulla customer base: il CRM analitico
- Campaign management: gestire la multicanalità
- Lead Management: gestire le opportunità di vendita

**CASE STUDIES:**

- Presentazione di 2 case studies reali

**Ottimizzare il Marketing e le vendite con il CRM**

- Il Marketing Relazionale: un diverso approccio rispetto al marketing tradizionale
- Conquista, Fidelizzazione, Cross e Up Selling
- Lead generation, lead nurturing, lead management

**ESERCITAZIONE**

**Data e sede del corso:**

**15 Ottobre 2013  
ore 9.30-18.00  
Milano**

**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.

## DOCENTE



**Elisa Fontana:** Laureata in Economia e Commercio presso l'Università di Parma. Ha conseguito una specializzazione in Marketing presso UC Berkeley negli Stati Uniti, e un MBA presso United Business Institutes in Belgio.

Dal 1998 al 2000 ha lavorato nella Direzione Marketing di **UPS Europe** (United Parcel Service), presso la sede europea di Bruxelles dove era responsabile del coordinamento delle attività di comunicazione e pubbliche relazioni delle filiali di UPS in alcuni paesi europei e delle agenzie di PR locali.

Dal 2000 al 2004 ha fatto parte del gruppo **Renault**, inizialmente presso la sede di **Renault SA a Parigi**, in qualità di Project Manager e di e-Business Manager, e in seguito presso **Renault Italia S.p.A. a Roma**, con l'incarico di Responsabile Marketing Relazionale.

Dal 2004 al 2010 ha lavorato presso **BMW Italia S.p.A** a Milano inizialmente come Contact Center Manager e in seguito come CRM Manager, assumendo la responsabilità della strategia e di tutte le attività CRM del Gruppo: Customer Data Management, Internet, Social CRM, Campaign and Lead Management, Customer Satisfaction, Customer Intelligence & Data Mining.

A fine 2010 fonda **C-Direct Consulting Srl**. Ha sviluppato progetti e offerto servizi di consulenza e formazione in area CRM, Social CRM, Marketing Relazionale, Lead Management, Customer Experience per diverse realtà medio-grandi: Webank (Gruppo BPM), Peugeot Scooters Italia, Camomilla Milano, Brainforce, Toshiba, Reckitt Benckiser, Messe Frankfurt Italia, De Longhi, IVS Italia, Foscari, Ceramica Globo, Connexia, Teddy, Cerreto, Happy Center, vari enti di formazione professionale.

## INFORMAZIONI:

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

Potete inoltre contattare la Dott.ssa Elisa Fontana per approfondimenti circa i contenuti del corso, scrivendole al seguente indirizzo: **elisa.fontana@cdirectconsulting.it**

## C-DIRECT CONSULTING

**C-Direct Consulting Srl** è una società di **consulenza, project management, formazione e coaching** nelle principali aree aziendali in cui la relazione con il consumatore e la conoscenza del cliente assumono un ruolo strategico: **CRM, Marketing Relazionale Multicanale, Lead Management, Social CRM, Customer Experience & Satisfaction, Customer Care, Marketing Digitale & e-Commerce**. Il nostro supporto è a 360°: dalla definizione di una strategia di Customer Relations alle scelte tecnologiche più adeguate, dall'analisi della customer base allo sviluppo di iniziative tattiche, dal project management a percorsi di formazione e coaching.

**Contatti segreteria:**

**info@cdirectconsulting.it**

**+(39) 02 94752499**

**C-Direct Consulting Srl**

Via Appiani 12, 20121 Milano

Tel. 02 94752499 Fax: 02 94752500

www.cdirectconsulting.it

P.Iva: 07606880966