

## Ottimizzare Marketing e Vendite nel B2B: dalla segmentazione della clientela al CRM

### OBIETTIVI DEL CORSO

Trasmettere ai partecipanti i seguenti concetti:

- Il mondo del B2B è mutato: servono strumenti e competenze specifiche per una visione unitaria del cliente multicanale e del “customer journey”
- Con un’analisi e segmentazione della customer base efficace è possibile comprendere il valore dei diversi gruppi di clienti e definire le strategie che ne massimizzano la redditività
- Un fattore critico di successo è la capacità di gestire in modo efficiente le relazioni con i clienti attuali e potenziali, utilizzando gli strumenti di marketing in ottica di “relationship building”
- Dall’implementazione di un sistema CRM derivano importanti benefici per accrescere la redditività di marketing e vendite in un’ottica integrata e multicanale

### QUANDO E DOVE

**QUANDO:** l’11 marzo 2014, dalle 9.30 alle 18.00

**DOVE:** a Milano, Viale Lazio 24  
(Metro: Porta Romana, tram 9 e 16)

**CON CHI:** Antonietta Carollo, Elisa Fontana

### QUOTA DI ISCRIZIONE

**450 € + IVA**

**Sconto del 10%** per tutte le iscrizioni pervenute entro il 14 febbraio 2014

**Sconto del 20%** in caso di più partecipanti della stessa azienda

### PROGRAMMA

#### Introduzione

- Il mercato B2B e i trend in atto

#### Il Processo d’acquisto e il ruolo del marketing nei mercati industriali

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

- principali variabili e tecniche di segmentazione
- selezione dei segmenti obiettivo
- classificazione ABC
- Ciclo di Vita del Cliente e Lifetime Value
- RFM analysis

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

- Matrice loyalty/valore
- Acquisizione, lead generation e lead nurturing
- Fidelizzazione, cross e up-selling, retention

#### Il CRM

- Il CRM: definizione, obiettivi
- Le scelte strategiche, organizzative e tecnologiche
- Le principali funzionalità di un sistema CRM
- Casi pratici di implementazione del CRM

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

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

#### I KPIs delle iniziative di marketing relazionale

- ROI
- indici di retention e fidelizzazione
- indici di redemption e conversione

**Data e sede del corso:**

**11 marzo 2014**  
**ore 9.30-18.00**  
**Viale Lazio 24, 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.

## DESTINATARI DEL CORSO

Manager e risorse strategiche e operative delle aree Marketing, Commerciale, Web e Comunicazione; Responsabili CRM e Customer Service; responsabili ICT.

Imprenditori, consulenti e professionisti; società e agenzie operanti nel settore del Marketing diretto e digitale.

## DOCENTI



**Antonietta Carollo:** per oltre vent'anni ha ricoperto ruoli manageriali negli ambiti del marketing strategico e operativo, della comunicazione, della gestione customer base e del retail management, in primarie società multinazionali di settori diversi: Korff, Mondadori, Henkel, Vodafone, Dolce&Gabbana.

Da Dicembre 2011 è Partner di **C-Direct Consulting Srl** dove si occupa di consulenza e formazione per progetti di CRM, marketing relazionale, retail, loyalty e customer experience.



**Elisa Fontana:** esperienza pluriennale di management delle principali aree di gestione del cliente: CRM, Contact Center, Customer Care, Marketing Relazionale, Lead Management, Customer Experience presso UPS Europe, Renault SA, Renault Italia, Spa, BMW Italia Spa.

Amministratore Delegato di C-Direct Consulting Srl: consulente e formatrice per numerose realtà aziendali medio-grandi: Webank, Peugeot Scooters Italia, Camomilla Milano, Brainforce, Toshiba, Reckitt Benckiser, Messe Frankfurt Italia, De Longhi, IVS Italia, Foscari, Ceramica Globo, Teddy, TLM, Giuso Spa, RSE Spa, 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 Antonietta Carollo per approfondimenti circa i contenuti del corso, scrivendole al seguente indirizzo: **antonietta.carollo@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**

**+(39) 335 7300210**

**C-Direct Consulting Srl: consulenza e formazione nelle aree del CRM, Customer Experience, Marketing Relazionale, Social CRM, Lead Management, eCommerce**

Viale Lazio 24, 20135 Milano (MI)

tel. +(39) 02 94752499 email: info@cdirectconsulting.it

www.cdirectconsulting.it