

CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (2GG)

Obiettivi del corso:

Creare maggiore valore per i propri Clienti rispetto alla concorrenza attraverso un approccio personalizzato one to one e applicare un programma di CRM nella propria azienda.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (2gg)

- ✧ Che cos'è il CRM?
- ✧ La gestione del marketing relazionale per incrementare il valore del Cliente;
- ✧ Le opportunità offerte dalle nuove tecnologie per un approccio one to one;
- ✧ Sviluppare in azienda un progetto di CRM;
- ✧ Gli strumenti a disposizione per un progetto di CRM: analisi costi benefici;
- ✧ La ridefinizione del processo di gestione del rapporto con il Cliente;
- ✧ Raggiungere l'obiettivo di deliziare i diversi target di Clientela attraverso un approccio altamente personalizzato;
- ✧ Coinvolgere il personale nella logica del CRM;
- ✧ Mantenere costantemente aggiornato ed efficiente il sistema di CRM;

- ✦ La valutazione del ritorno sull'investimento;
 - ✦ Analisi di casi reali di CRM;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-