

CRM in azienda: approcci, applicazioni e scenari

Negli ultimi anni il mercato è stato caratterizzato dallo sviluppo di rinnovate modalità di consumo - sempre più personalizzate e complesse da intercettare - e dal consolidamento di nuovi canali di comunicazione e interazione on line tra gli utenti-consumatori. Tali sviluppi hanno condotto le aziende a ripensare concretamente le politiche di comunicazione e di interazione con i propri clienti. Nell'era del Web 2.0 le aziende sono chiamate ad abbandonare gli approcci di mass marketing, sviluppando invece strategie e iniziative di marketing relazionale e one-to-one. In questo scenario, sempre più aziende ricorrono ad applicazioni, strumenti e strategie di CRM - Customer Relationship Management - per gestire le relazioni con i clienti attuali e potenziali e fidelizzarli. Il seminario indaga sullo scenario del CRM in azienda, a partire dalle soluzioni tecniche adottate e dai possibili modelli di utilizzo, per analizzarne e valutarne le prospettive aperte e gli scenari evolutivi, dal punto di vista dei nuovi strumenti, delle opportunità e degli ostacoli in azienda.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario della relazione con il cliente:

dal mass marketing al one-to-one marketing
la gestione e la conoscenza del cliente
l'approccio integrato e relazionale con il cliente.

Il CRM in azienda:

definizione di CRM
gli obiettivi delle strategie di CRM
le tappe evolutive del CRM in azienda
le fasi di sviluppo di una strategia di CRM
le tecnologie di CRM.

L'architettura, gli strumenti e le applicazioni del CRM in azienda:

il CRM Operativo: strumenti di customer service, sales e marketing automation
il CRM Analitico: strumenti di integrazione dei dati
l'hrm.

I nuovi strumenti del CRM:

il CRM Collaborativo: strumenti di contact center e piattaforme multicanali
e-CRM: applicazioni e strumenti Web based
e-HRM: strumenti di recruiting, performance management e career on line.

Lo scenario del CRM aziendale:

il mercato del CRM e dell'HRM in Italia
le esperienze nazionali e internazionali di CRM e di HRM aziendale
le opportunità del CRM e dell'HRM aziendale
gli ostacoli al CRM e all'HRM in azienda
gli scenari futuri.

Obiettivi

Illustrare le strategie, le modalità e le soluzioni tecniche di CRM a disposizione delle aziende per gestire le relazioni con i clienti e fidelizzarli, con attenzione agli scenari futuri e alle possibili prospettive di mercato.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quantità operano nell'Area CRM; Marketing e Comunicazione.
Responsabili nelle PMI.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@sgr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@sgr.com

Reiss Romoli 2024