

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@srgrr.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@srgrr.com

Reiss Romoli 2024