

IL CRM come filosofia di business: il cliente al centro dei processi di marketing e commerciali e delle scelte strategiche, organizzative e tecnologiche

OBIETTIVI DEL CORSO

Il CRM coinvolge numerosi processi e aree aziendali, dal marketing all'area commerciale, dal customer service al post vendita. Le scelte da fare sono molte, a livello strategico e tecnologico, ma anche in termini di cultura aziendale e di impatto organizzativo.

Affronteremo questi temi nel corso di una giornata di formazione che permetterà:

- alle aziende che stanno avvicinandosi al CRM di capire quali scelte fare e gli errori da evitare
- alle aziende che già utilizzano il CRM, di ottimizzare le azioni di marketing per generare lead, stimolare il personale di vendita a gestirli efficacemente, analizzare e interpretare dati e informazioni

QUANDO E DOVE

QUANDO: il 7 ottobre 2014, dalle 9.30 alle 18

DOVE: a Milano, Viale Lazio 24 (M. Porta Romana)

CON CHI: Elisa Fontana

QUOTA DI ISCRIZIONE

450 € + IVA

Sconto del 10% per tutte le iscrizioni pervenute entro il 15 settembre 2014

Sconto del 20% per ogni altro partecipante della stessa azienda

PROGRAMMA

Introduzione al CRM

- il contesto: come è cambiato il consumatore
- il CRM: cos'è e a cosa serve
- quando è necessario averlo
- il CRM in azienda: impatto organizzativo e processi
- le scelte da fare: dalla strategia alla tecnologia

Le fasi progettuali:

- analisi e definizione strategica
- scelta della soluzione tecnologica
- sviluppi tecnici e personalizzazione del software
- la preparazione dei dati
- formazione e coaching
- la gestione del CRM nel quotidiano

CASI PRATICI:

- Presentazione di 2 case studies di successo

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

Ottimizzare i processi di marketing e commerciali

- Il Marketing: da tradizionale a relazionale
- Il processo d'acquisto: da prospect a cliente
- I principali canali per la relazione con i clienti
- La marketing automation
- Lead generation, lead nurturing, lead management
- Tecnologia CRM a supporto della rete vendita

ESERCITAZIONE

Data e sede del corso:

**7 ottobre 2014, Milano
ore 9.30-18.00**

Modalità di partecipazione:

Potete iscrivervi inviando una mail all'indirizzo 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 ed operative dell'area Marketing, Web e Commerciale; responsabili CRM e Contact Center; imprenditori, consulenti e professionisti; società e agenzie operanti nel settore del Marketing diretto e digitale; responsabili ICT.

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, Peugeot Scooters, Camomilla Milano, Brainforce, Toshiba, Reckitt Benckiser, Messe Frankfurt Italia, De Longhi, IVS Italia, Foscari, Ceramica Globo, Giuso Spa, RSE Spa, Cerreto, Happy Center, Damiani, UnipolSai.

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 Satisfaction & Experience, Customer Care, CRM Analytics.**

Contatti segreteria:

+(39) 02 94752499

info@cdirectconsulting.it

C-Direct Consulting:

Viale Lazio 24, 20135 Milano (MI) – www.cdirectconsulting.it

Opensymbol:

Via Vecchia Ferriera 5, 36100 Vicenza (VI) – www.opensymbol.it