

# Come sviluppare e ottimizzare il CRM in azienda e perché

## CONTENUTI DEL CORSO

L'ottimizzazione delle informazioni sulla Customer Base e il miglioramento dei processi relazionali sono considerati prioritari da ogni azienda ma gestire il Cliente è complesso nonostante l'evolvere della tecnologia.

**Oltre il 50% dei progetti CRM infatti non raggiunge gli obiettivi prefissati.**

Durante la giornata di formazione affronteremo i principali elementi del CRM: dalla strategia alla diffusione di una cultura Customer Centric, dalle scelte tecnologiche all'allineamento dei processi. Saranno analizzati casi di successo e insuccesso per trasmettere ai partecipanti dei suggerimenti concreti sulle scelte da fare e gli errori da evitare.

## QUANDO E DOVE

**QUANDO:** il 6 Ottobre 2015  
orario: 9.30 - 18

**DOVE:** Milano, Viale Lazio 24

**CON CHI:** Elisa Fontana

## QUOTA DI ISCRIZIONE

**390 € + IVA.**

**Sconto del 10%** per ogni altro partecipante della stessa azienda

## PROGRAMMA

### Big Data o Small data?

- il database univoco: come ottenerlo
- analizzare e interpretare i dati
- la segmentazione della customer base
- data quality & enrichment

### Il CRM

- le criticità da affrontare
- le opportunità da cogliere
- scelte da fare e errori da evitare
- i principali elementi: dalla strategia alla tecnologia
- i software e l'integrazione con i sistemi aziendali
- il CRM in azienda: impatto organizzativo e processi
- le fasi progettuali
- case studies

### Il CRM nella quotidianità dell'azienda

- la funzione CRM e il suo ruolo trasversale
- CRM operativo e analitico
- come diffondere una cultura del cliente e del dato

### I processi: Marketing e Digital CRM

- il nuovo processo d'acquisto
- canali digitali e tradizionali
- acquisire nuovi clienti e fidelizzarli
- ciclo di vita e marketing automation

### I processi: area sales e customer service

- dalla lead generation al lead management
- area vendite e cultura del cliente
- il ruolo del customer service per la data quality

## 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.

### Data e sede del corso:

**6 Ottobre 2015**  
**ore 9.30-18.00**

**Viale Lazio 24, MI**

### 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.

## Come sviluppare e ottimizzare il CRM in azienda e perché

### 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, Foscarini, Ceramica Globo, Giuso Spa, RSE Spa, Cerreto, Happy Center, Damiani, UnipolSai, Just Italia, Bologna Fiere, Giunti Editore.

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

Contatti segreteria:

**+(39) 02 94752499**  
**info@cdirectconsulting.it**

**C-Direct Consulting Srl**

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