

SERVICE MANAGEMENT BtoB

Lavorare sulla Customer Experience per deliziare il cliente



La corretta gestione del servizio al cliente è un aspetto da curare molto attentamente soprattutto in ambito BtoB. Le strategie e i concetti di marketing dei servizi sono stati sviluppati in risposta all'incredibile espansione che questo settore ha avuto a livello mondiale. L'esigenza di fornire un servizio di qualità per poter competere su scala mondiale e procurarsi un vantaggio competitivo difendibile nel tempo è molto sentita dalle imprese industriali che abbinano al *core business* originario l'offerta di servizi di alto livello. La finalità principale del corso è quella di fornire gli strumenti e le metodologie di marketing dei servizi utili alle imprese che operano in contesti ipercompetitivi e che impostano le proprie condotte strategiche al fine di creare valore per i clienti come presupposto fondamentale per ottenere buone performance e generare una *customer experience* memorabile. Quest'ultima può essere considerata come la somma delle esperienze, delle sensazioni, delle emozioni e dei ricordi che un cliente matura nell'interazione con l'azienda. Creare esperienze d'acquisto memorabili, che rimangano impresse nella mente del cliente e che influenzino il suo futuro comportamento, significa ottenere un grande vantaggio competitivo.

Obiettivi

PDFOR ha ideato un modello, il *C6 Model – Service Vitality*, utile per tutte le aziende che vogliono creare vantaggio competitivo attraverso la gestione efficace del servizio al cliente. La finalità principale del corso è quella di fornire gli strumenti e le metodologie di marketing alle imprese utili per generare una *customer experience* memorabile.

Contenuti

- *C6 Model – Service Vitality*.
- Captare i bisogni del mercato.
- Concepire un "sistema di offerta" per soddisfare i clienti.
- Coordinare e organizzare il personale.
- Collaborare con il cliente per l'erogazione del servizio.
- Costruire la fidelizzazione attraverso la qualità.
- Comunicare il valore costruito per differenziarsi.

Benefici attesi

Al termine del percorso formativo i partecipanti conosceranno le principali teorie del mondo dei servizi e avranno acquisito gli elementi chiave per cercare di ottenere buoni risultati e migliorare la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.

FORMULA BLENDED a distanza e in presenza

- **Warm-up / 4 ore a distanza.** Cornice teorica per acquisire il *framework* metodologico, *best and next practice*, strumenti, trend.
- **Bootcamp / 8 ore in aula full-immersion.** Apprendimento esperienziale attraverso casi di studio, simulazioni, momenti d'interazione sia individuali che di gruppo.
- **Follow-Up / 2 ore a distanza.** Intervento personalizzato "one to one" di *digital advisory* (facoltativo).

Destinatari

Imprenditori, Manager, Responsabili marketing ed i Responsabili del servizio al cliente che intendono approfondire gli aspetti del *Service Management* per rendere efficace il processo di gestione del cliente, costruire la fidelizzazione e valorizzare la propria offerta differenziandosi dalla concorrenza.

Docenza

Daniele Rimini Formatore e consulente direzionale per aziende di diversi settori da oltre vent'anni. Esperto nelle attività di pianificazione e sviluppo marketing e commerciale, svolge attività formativa in diverse Business School, nell'area Marketing e Vendite. Professore a contratto per l'Università di Bologna presso le sedi di Bologna e Rimini e socio fondatore della società PDFOR Consulenza Direzionale Srl, che si occupa di progetti e sviluppo delle aziende clienti negli ambiti della Direzione d'impresa.

Calendario

2 giornate
videoconferenza: **4 novembre 2021** ore 14.00 - 18.00
aula: **18 novembre 2021** ore 9.00 - 18.00

Quota di iscrizione

500 € + iva aziende associate
600 € + iva aziende non associate

Sede

Il Sestante Romagna
Via Barbiani 8/10 - 48122 Ravenna