

LA MANUTENZIONE DEL CLIENTE: COME PASSARE DA FORNITORE A PARTNER COMMERCIALE

OBIETTIVI

Quando si conclude una vendita spesso non si pensa che il cliente lo si ricontatterà solo in occasione della vendita successiva...se tutto va bene. Ecco perché è fondamentale continuare a seguirlo, ovvero fare i dovuti tagliandi per diventare punto di riferimento per tutti gli acquisti futuri.

DESTINATARI

Reti commerciali, agenti di vendita, back office commerciale, ufficio marketing.

CONTENUTI

- L'assistenza post vendita: il giusto mix tra valore e relazione
- Le aspettative mancate
- Le 5 strategie di Berry per lo sviluppo della relazione
- La regola dello sfasamento temporale
- Come realizzare un piano editoriale efficace
- “Niente nuove, buone nuove”. Ma quando mai!
- E quando il cliente reclama?

DOCENTE

Stefano Donati – Svolge attività di consulenza e formazione in Marketing e Comunicazione. Collabora con numerose istituzioni, quali Università, Camere di Commercio ed Enti di formazione professionale. Scrive articoli di Marketing per riviste di settore e dal 2007 è “Esperto d’Area Qualifica Professionale” nelle aree marketing e vendite per il sistema di formalizzazione e certificazione delle competenze della Regione Emilia Romagna.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 2 luglio

PARMA, 10 aprile

REGGIO EMILIA, 22 aprile

MODENA, 4 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5