

“AUMENTARE IL SUCCESSO DELLE VENDITE E LA QUALITA’ DEL SERVIZIO AL CLIENTE”

Scopri con noi il marketing di relazione e il CRM
(Customer Relationship Management Dynamics CRM 3.0)

Ravenna, Martedì 28 Marzo 2006 ore 10.00

IL MARKETING DI RELAZIONE

Da qualche anno si assiste a un mutamento degli utenti, del contesto competitivo e delle esigenze delle aziende:

sono mutati i rapporti fra consumatori e prodotti.

**E' sempre più difficile essere percepiti,
accettati e ricordati dalla gente.**

**Bisogna connettersi in modo innovativo
per instaurare una relazione efficace e
duratura.**

**Siamo nel mondo della comunicazione
interconnessa.**

Bisogna saper cogliere i segnali forti e deboli che si muovono nella scala dei bisogni del consumatore evoluto e saperli trasformare in soluzioni ed opportunità per affrontare il mercato determinando la propria strategia di comunicazione...

**Solo in questa ottica può nascere
una comunicazione in senso**

Olistico-Relazionale

**basata sulla relazione con il
cliente.**

**L'approccio olistico-relazionale
circonda il il consumatore,
accompagnandolo in modo
pervasivo e partecipativo,
senza mai invadere.**

Copertura per segmenti attraverso campagne di comunicazione mirate.

Ottimizzazione delle risorse web.

Attivazioni di comunità.

STRATEGIA DI RELAZIONE

L'insieme delle associazioni mentali prodotte dalla comunicazione strategica al fine di ottimizzare la relazione con il cliente.

MODELLI DI RELAZIONE

Comunicazione per segmenti di target in relazione alle preferenze emerse dalla misurazione e dall'analisi.

**Le strategie d'immagine richiedono
misurazione... quindi CRM.**