



MARKETING E CUSTOMER SATISFACTION

La Customer Satisfaction rappresenta l'obiettivo principale delle aziende orientate al Marketing, i cui sforzi devono tendere allo sviluppo di relazioni di alto livello qualitativo, e alla conseguente fidelizzazione della clientela.

Destinatari:

Il corso è rivolto a Manager, e figure tecnico/commerciali, quadri, dirigenti, responsabili di settore.

Obiettivi:

Trasmettere tecniche e strumenti di marketing a supporto del venditore e della gestione efficace del mercato.

Contenuti del corso:

MARKETING

- L'impresa e l'ambiente (micro e macro - ambiente)
- Orientamenti della funzione marketing
- Dimensione operativa e dimensione strategica
- Pianificazione strategica di marketing
- Scelta del mercato obiettivo
 - Strategia di aggregazione del mercato
 - Strategia di segmentazione del mercato
- Basi di segmentazione per i mercati di consumo
- Abitudini d'acquisto e processo decisionale d'acquisto
- Marketing mix
- Il prodotto: beni industriali e beni di consumo
- Classificazione dei beni di consumo
- Ciclo di vita del prodotto
- Portafoglio prodotti
- Fenomeno dell'obsolescenza pianificata
- Politiche di presentazione e confezionamento del prodotto
- Strategie di marca

CUSTOMER SATISFACTION

- Gli obiettivi perseguibili attraverso le indagini di customer satisfaction
- La customer satisfaction e i fattori che la determinano
- Le variabili che determinano la soddisfazione
- La fidelizzazione del cliente
- Il miglioramento continuo
- La qualità nel prodotto
- Le dimensioni della qualità nel prodotto
- La qualità nei servizi
- Modelli per la valutazione della qualità percepita dal cliente
- I possibili strumenti di indagine
- L'albero della customer satisfaction: determinare i requisiti del cliente
- Approccio alle situazioni critiche
- Misurare la customer satisfaction