

Corso AF33: La gestione del processo di relazione con il Cliente

Codice:

- AF33

Durata (gg):

- 3

Obiettivi didattici:

- Fornire ai partecipanti un quadro complessivo delle tematiche connesse con la gestione del processo di relazione con il Cliente
- Dibattere criteri e metodi ed esperienze per l'ottimizzazione del processo

Metodologia didattica:

- Il corso è basato sulla integrazione della trattazione degli argomenti con lavori di gruppo, dibattiti guidati e testimonianze

Destinatari:

- Il corso si rivolge ai ruoli tecnici o commerciali responsabilizzate nella gestione aziendale del processo di relazione con il Cliente. Alle persone interessate al tema della relazione con il Cliente, ma non impegnate direttamente nella gestione del processo di relazione, si consiglia la partecipazione al corso AF13.

Prerequisiti:

- Esperienze significative, sul piano del rapporto con il Cliente, finalizzate alla vendita di servizi complessi: piuttosto che approfondita formazione metodologica, acquisita partecipando fra l'altro ai corsi AF10 ed AF20

Conoscenze in uscita:

- Criteri e tecniche per l'individuazione e la scelta delle azioni metodologicamente più opportune per migliorare il processo di gestione della relazione con il Cliente, a livello di:
 - definizione di un adeguato progetto relazionale
 - scelta delle prassi metodologiche più opportune a fronte delle diverse fasi del processo di acquisto
 - sviluppo di un programma di miglioramento individuale/di gruppo
- Conoscenze e criteri metodologici generali mutuabili da esperienze di specifico rilievo

Nr. Max Partecipanti:

- 16

Contenuti e Programma:

- Processo di gestione della relazione e processo di acquisto
- Il processo di gestione delle relazioni ed il processo di gestione dei contenuti
- Il processo di gestione della relazione con il Cliente
 - La dimensione relazionale
 - Criteri per un progetto relazionale
 - Le opportunità e le criticità
 - La dimensione legata ai contenuti
- Il contributo dell'esperienza EngAge
 - Criteri e tecniche mutuabili da tale esperienza
- I ruoli nel processo di acquisto, e la gestione delle relazioni con gli stessi
 - Decisore tecnico
 - Decisore economico
 - Altri ruoli rilevanti
- Come far nascere nuove idee
 - Il ruolo della creatività
 - La tecnica dei sei cappelli
- Comunicazione strategica e comunicazione relazionale: vantaggi, svantaggi e criteri di utilizzo nel processo di gestione della relazione con il Cliente
 - Ascolto e comunicazione
 - Caratteristiche individuali e ruoli
- Minimizzazione di sprechi e rischi nel processo di gestione della relazione con il Cliente
 - Criteri metodologici generali
 - Aspetti specifici
- La creazione del valore per il Cliente
 - Prodotti e servizi
 - Il prodotto come servizio capitalizzato
 - Valore intrinseco e valore estrinseco
 - Considerazioni economiche e considerazioni strategiche
- Creazione di fiducia e relazioni "vinci - vinci"
- Tendenze nelle logiche di business e tendenze nel processo di gestione della relazione con il Cliente
- Come migliorare progressivamente il proprio processo di gestione della relazione con il Cliente

- . Lavori per gruppi

Testi di riferimento:

- Dispense e documenti di lavoro specifici sugli argomenti trattati
- Bibliografia
- Glossario