

## **CRM in azienda: approcci, applicazioni e scenari**

Negli ultimi anni il mercato è stato caratterizzato dallo sviluppo di rinnovate modalità di consumo - sempre più personalizzate e complesse da intercettare - e dal consolidamento di nuovi canali di comunicazione e interazione on line tra gli utenti-consumatori. Tali sviluppi hanno condotto le aziende a ripensare concretamente le politiche di comunicazione e di interazione con i propri clienti. Nell'era del Web 2.0 le aziende sono chiamate ad abbandonare gli approcci di mass marketing, sviluppando invece strategie e iniziative di marketing relazionale e one-to-one. In questo scenario, sempre più aziende ricorrono ad applicazioni, strumenti e strategie di CRM - Customer Relationship Management - per gestire le relazioni con i clienti attuali e potenziali e fidelizzarli. Il seminario indaga sullo scenario del CRM in azienda, a partire dalle soluzioni tecniche adottate e dai possibili modelli di utilizzo, per analizzarne e valutarne le prospettive aperte e gli scenari evolutivi, dal punto di vista dei nuovi strumenti, delle opportunità e degli ostacoli in azienda.

### **Agenda (1 giorno)**

#### **Lo scenario della relazione con il cliente:**

dal mass marketing al one-to-one marketing  
la gestione e la conoscenza del cliente  
l'approccio integrato e relazionale con il cliente.

#### **Il CRM in azienda:**

definizione di CRM  
gli obiettivi delle strategie di CRM  
le tappe evolutive del CRM in azienda  
le fasi di sviluppo di una strategia di CRM  
le tecnologie di CRM.

#### **L'architettura, gli strumenti e le applicazioni del CRM in azienda:**

il CRM Operativo: strumenti di customer service, sales e marketing automation  
il CRM Analitico: strumenti di integrazione dei dati  
l'hrm.

#### **I nuovi strumenti del CRM:**

il CRM Collaborativo: strumenti di contact center e piattaforme multicanali  
e-CRM: applicazioni e strumenti Web based  
e-HRM: strumenti di recruiting, performance management e career on line.

#### **Lo scenario del CRM aziendale:**

il mercato del CRM e dell'HRM in Italia  
le esperienze nazionali e internazionali di CRM e di HRM aziendale  
le opportunità del CRM e dell'HRM aziendale  
gli ostacoli al CRM e all'HRM in azienda  
gli scenari futuri.

### **Obiettivi**

**Illustrare le strategie, le modalità e le soluzioni tecniche di CRM a disposizione delle aziende per gestire le relazioni con i clienti e fidelizzarli, con attenzione agli scenari futuri e alle possibili prospettive di mercato.**

### **Destinatari e Prerequisiti**

#### **A chi è rivolto**

Quantità operano nell'Area CRM; Marketing e Comunicazione.  
Responsabili nelle PMI.

#### **Prerequisiti**

Nessuno.

### **Iscrizione**

**Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)**

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

### **Partecipazioni Multiple**

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

### **Informazioni**

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308  
corsi@ssgrr.com

### **Date e Sedi**

Date da Definire

### **Formazione in House**

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308  
email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2020