

Tecniche di acquisizione di un nuovo mercato: dall'export check up alla fidelizzazione del cliente – 3° ed

Torino – 17, 18, 24, 25 e 31 gennaio 2018

MODULO 1 – Analisi delle opportunità e dei rischi sui mercati

* La decisione di esportare come scelta d'impresa

- I fattori da considerare e le risorse necessarie
- L'analisi del prodotto
- L'analisi dei punti di forza/debolezza aziendali
- Gli errori più comuni

Docente: Dott. Gianfranco Lai

Data di realizzazione: 17 gennaio 2018 (9/13.00)

* Come individuare le opportunità di mercato all'estero: informazioni, fonti e metodologie di analisi

* Il mercato di riferimento: analisi delle sue peculiarità

* L'ambiente politico normativo

* L'analisi dei potenziali clienti: la clientela di riferimento, la segmentazione della clientela, l'individuazione dei fabbisogni, i fattori critici di successo

* L'analisi della concorrenza: individuazione dei concorrenti, loro politica e strategia, le barriere e gli ostacoli da superare, previsione delle evoluzioni del mercato di riferimento

Docente: Dott. Gianfranco Lai

Data di realizzazione: 17 gennaio 2018 (13.45/17.45)

*La strategia di ingresso nel nuovo mercato

- Definizione delle fasi in cui articolare la strategia d'ingresso
- Elaborazione del piano d'azione

Docente: Dott. Gianfranco Lai

Data di realizzazione: 18 gennaio 2018 (9/13.00)

*Fattibilità economico-finanziaria

- Definizione di tempi e risorse
- Previsione dei ricavi

Docente: Dott. Gianfranco Lai

Data di realizzazione: 18 gennaio 2018 (13.45/17.45)

MODULO 2 – Modalità di acquisizione del cliente: la negoziazione e il raggiungimento dell'accordo

*Gli strumenti di presentazione efficace dell'azienda

- Il catalogo aziendale
- Indicazioni e criteri generali per una analisi efficace dei siti web dei clienti target
- L'elaborazione delle offerte e delle comunicazioni inviate per e-mail

Docente: Dott. Massimiliano Patricelli

Data di realizzazione: 24 gennaio 2018 (9/13.00)

in collaborazione con:

- La partecipazione alle fiere internazionali
- Creazione e gestione dei contatti
- La preparazione dell'incontro con il cliente
- La definizione degli obiettivi da raggiungere (nei meeting con i clienti e nelle fiere)

Docente: Dott. Massimiliano Patricelli

Data di realizzazione: 24 gennaio 2018 (13.45/17.45)

- Saper riconoscere e gestire i diversi stili negoziali
- Come migliorare la fase del confronto e della discussione
- La presentazione della proposta al cliente

Docente: Dott. Massimiliano Patricelli

Data di realizzazione: 25 gennaio 2018 (9/13.00)

- La gestione delle obiezioni e delle concessioni
- Come affrontare le situazioni di blocco ed i conflitti nel corso della negoziazione
- Il raggiungimento dell'accordo

Docente: Dott. Massimiliano Patricelli

Data di realizzazione: 25 gennaio 2018 (13.45/17.45)

Modulo 3 - Come gestire la fidelizzazione del cliente

- * Il servizio alla clientela come punto di forza e leva competitiva per le PMI
- * Indicazioni sui requisiti generali che un servizio di after-sales integrated logistic support deve soddisfare e sugli obiettivi di fidelizzazione che deve raggiungere
- * Che cosa si intende per Customer Service in ambito B2B
- * Come impostare il Customer Service per renderlo un servizio ad alto valore aggiunto: linee guida e criteri generali
- * Gli effetti del Customer Service sulla fidelizzazione e sull'immagine

Docente: Dott. Massimiliano Patricelli

Data di realizzazione: 31 gennaio 2018 (9/13.00)

- * La rilevazione del livello di soddisfazione del cliente: linee guida sui criteri generali con cui definire le domande da inserire in eventuali questionari di indagine sul livello di soddisfazione del cliente
- *La gestione/risoluzione delle contestazioni

VERIFICA FINALE: 2 ORE

Docente: Dott. Massimiliano Patricelli

Data di realizzazione: 31 gennaio 2018 (13.45/17.45)