



## **CRM Imprese** **Agroalimentare e Turistico** **Eventi Formativi**

### **La relazione con il cliente in modo semplice, on line e su “mobile”**

*EDIZIONE DEL 23 Febbraio 2016*

*Presso Oasi Fiume Alento, Complesso Diga Alento – Località Piano della Rocca, 84060 Prignano Cilento (SA)*

*ORARIO: dalle 9.30 alle 13.30*

#### **SOMMARIO DEGLI INTERVENTI**

Funzionalità di base del CRM (Microsoft Dynamics CRM 2015 Cloud)  
Qualificazione Clienti Potenziali, Aziende e Contatti  
Creazione Elenchi di Marketing  
Creazione e gestione di una campagna di marketing  
Analisi della Soddisfazione del Cliente

#### **RELATORI E DOCENTI**

Aldo Borelli  
Nataly Garofoli  
Alessandro Rossi

Delegato CRM KIBSLAB - Coordinatore

#### **TESTIMONIANZA**

Monica Melone – Responsabile Clienti Oasi Alento

#### **SEDI E MODALITÀ DI EROGAZIONE**

**EDIZIONE:** In Aula dalle ore 9.30 alle 13.30

*Soggetto Attuatore*



**SESSIONI:** On Line (moduli da 2h)

con prenotazioni settimanali

entro febbraio 2016

#### **DESTINATARI**

Responsabili marketing e commerciale  
Addetti Marketing  
Addetti comunicazione ed eventi  
Addetti al commerciale  
Personale Call Center

1 di 2



La tua  
**Campania**  
cresce in  
**Europa**

## ***OBIETTIVI***

Il CRM offre all'organizzazione una visualizzazione completa delle informazioni sui clienti incluse tutte le interazioni di vendita, marketing e servizio della società con tali clienti. Tutti i reparti dell'organizzazione possono utilizzare questo database centralizzato per accedere alle informazioni e agli strumenti necessari per interagire con i clienti con maggiore efficacia.

Il Direct Marketing, condotto attraverso lo strumento CRM, consente di stabilire una relazione diretta e duratura con il cliente, personalizzando i messaggi in funzione delle specifiche esigenze, delle caratteristiche del singolo destinatario e in relazione alla specifica fase del ciclo di vita dello stesso, ottimizzandone la "profilazione".

Il modulo Marketing del Sistema Microsoft Dynamics CRM permette di automatizzare ed ottimizzare le attività operative di marketing, di vendita e di Customer Service su canali off-line e online.

## ***CONTENUTI***

Qualificazione e Lead Generation

Navigazione e consultazione, Ricerche semplici ed avanzate, Visualizzazioni, Esportazioni, Importazioni, Condivisione e Assegnazione record nel CRM

Registrazione e Consultazione degli Impegni relativi agli Account, Contatti e Lead (Attività, Telefonate, Appuntamenti, Mail)

Creazione e qualificazione di Elenchi Marketing statici e dinamici

Modelli di mailing massivo

Modelli di messaggio

Pianificazione di una Campagna Marketing

Creazione e gestione di una mini campagna Marketing

Gestione impegni (telefonate, e mail, fax etc)

Creazione di Report ad hoc

Registrare risposte a Campagna

Analizzare i risultati della Campagna (Marketing Analitico)

Customer Satisfaction

Social Listening