
MARKETING EMOZIONALE & CUSTOMER EXPERIENCE

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Le neuroscienze hanno recentemente dimostrato che le nostre decisioni sono per lo più guidate dalle emozioni.

In tutti i settori, persino nel B2B, i clienti premiano i fornitori che non offrono solo prodotti e servizi, ma anche esperienze, relazioni, emozioni. Il corso indagherà come ogni più piccola interazione del cliente con lo staff e la comunicazione aziendale, ne determina la percezione e il livello di coinvolgimento emotivo; i partecipanti verranno aiutati a definire una vera e propria strategia di marketing emozionale.

PROGRAMMA

Orari giornate formative:

9:00 – 9:15 Accredитamento partecipanti
9:15 – 13:00 Formazione
13:00 – 14:00 Pausa
14:00 – 18:00 Formazione
18:00 Conclusione

Coffee break a metà mattina e metà pomeriggio

PROGRAMMA DIDATTICO:

- L'importanza delle emozioni e del coinvolgimento nelle scelte di acquisto
- Come ascoltare i clienti: strumenti e suggerimenti per definirne la piramide dei bisogni
- Strategia: definisci il tuo posizionamento competitivo e la tua unicità
- Progetta una customer experience memorabile per deliziare i diversi tipi di clienti e superare le sue aspettative: l'effetto "wow"
- Check up della tua comunicazione: brand, naming, canali e strumenti di comunicazione emozionano e trasmettono la tua unicità?
- Social media e web per ascolto e coinvolgimento dei clienti attuali, potenziali e futuri
- Colori, suoni, odori, tatto e gusto: polisensorialità dell'esperienza e pillole di neuromarketing
- Il fattore umano nell'accoglienza e nell'esperienza: valorizzare e motivare i collaboratori (cenni)
- Le parole per aumentare la soddisfazione e coltivare la relazione: tono, chiarezza e cura in email, telefonate, customer care online che offrano emozioni positive
- Reclami e recensioni: rispondi, emoziona e riconquista
- Strumenti e idee per coltivare la relazione nel post vendita, per fissare il ricordo positivo e incoraggiare il passaparola e la fidelizzazione

DOCENTI

PATRIZIA MENCHIARI – formatrice e consulente di marketing e comunicazione con 20 anni di esperienza. Docente universitaria e autrice del libro "CardioMarketing" – www.cardiomarketing.it

Marketing emozionale & customer experience

DESTINATARI

Imprenditori e manager di aziende di servizi, ricettività, ristorazione o comunque di settori in cui il servizio post vendita gioca un ruolo importante.

REFERENTI

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA