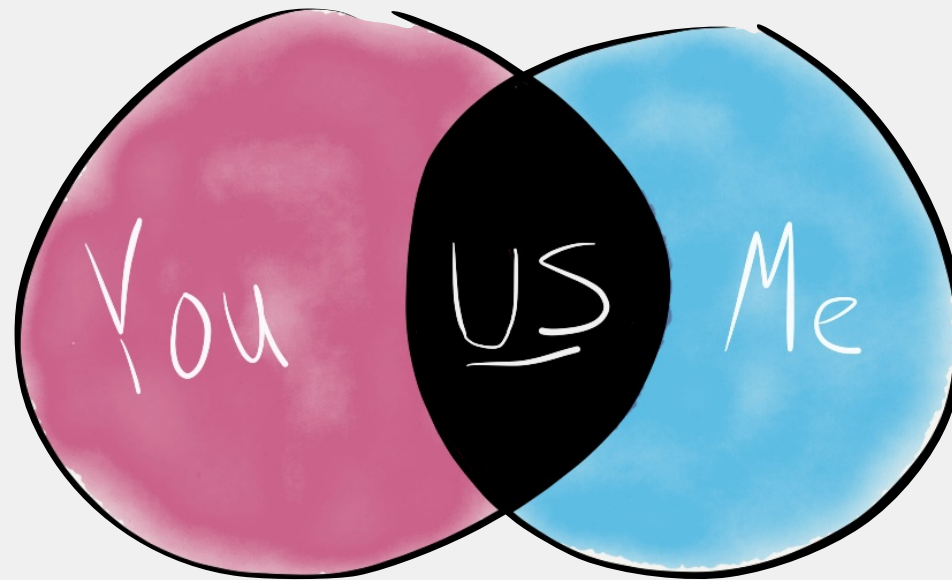


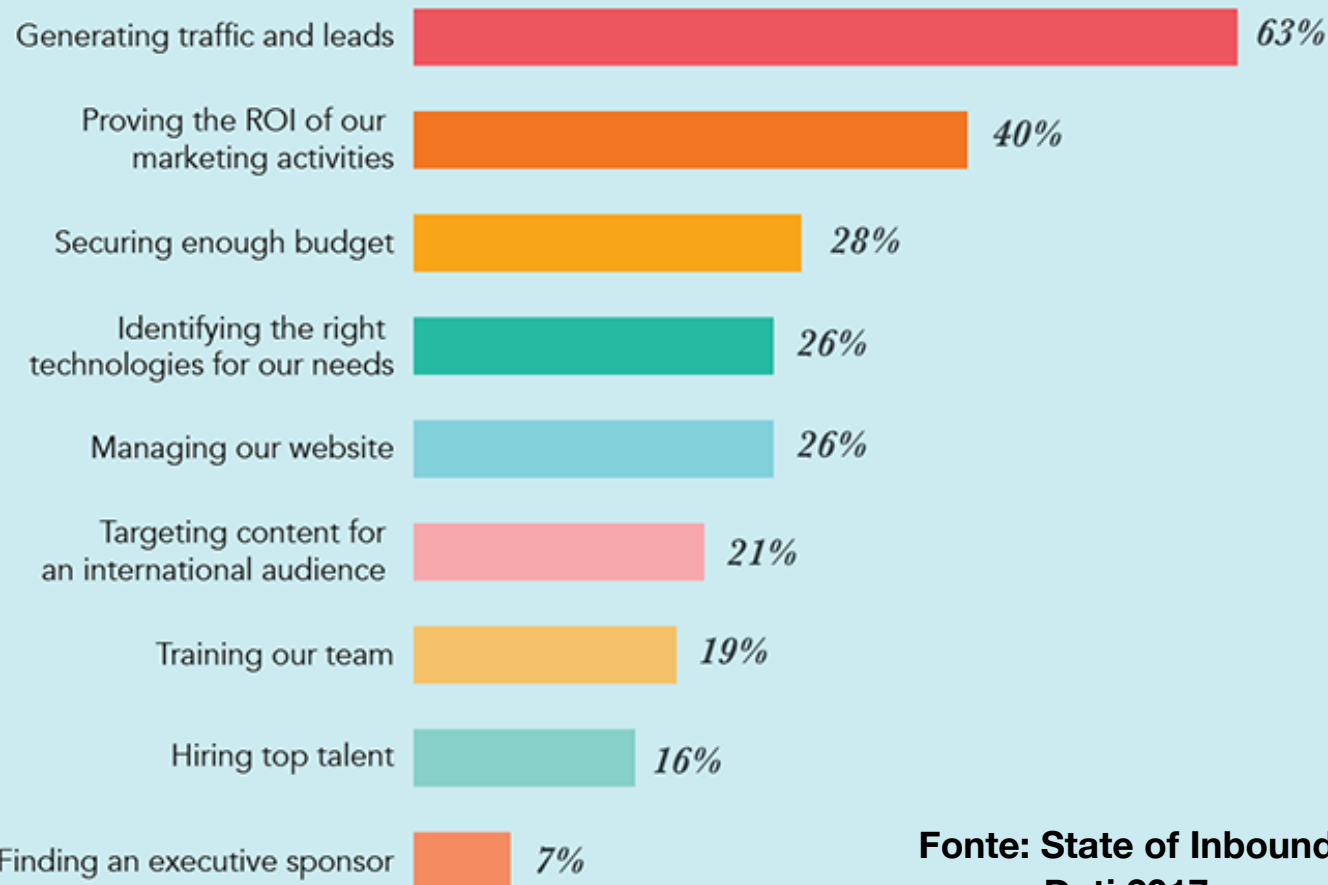
TUTT'UNO CON IL CLIENTE



COINVOLGERE PER MANTENERE

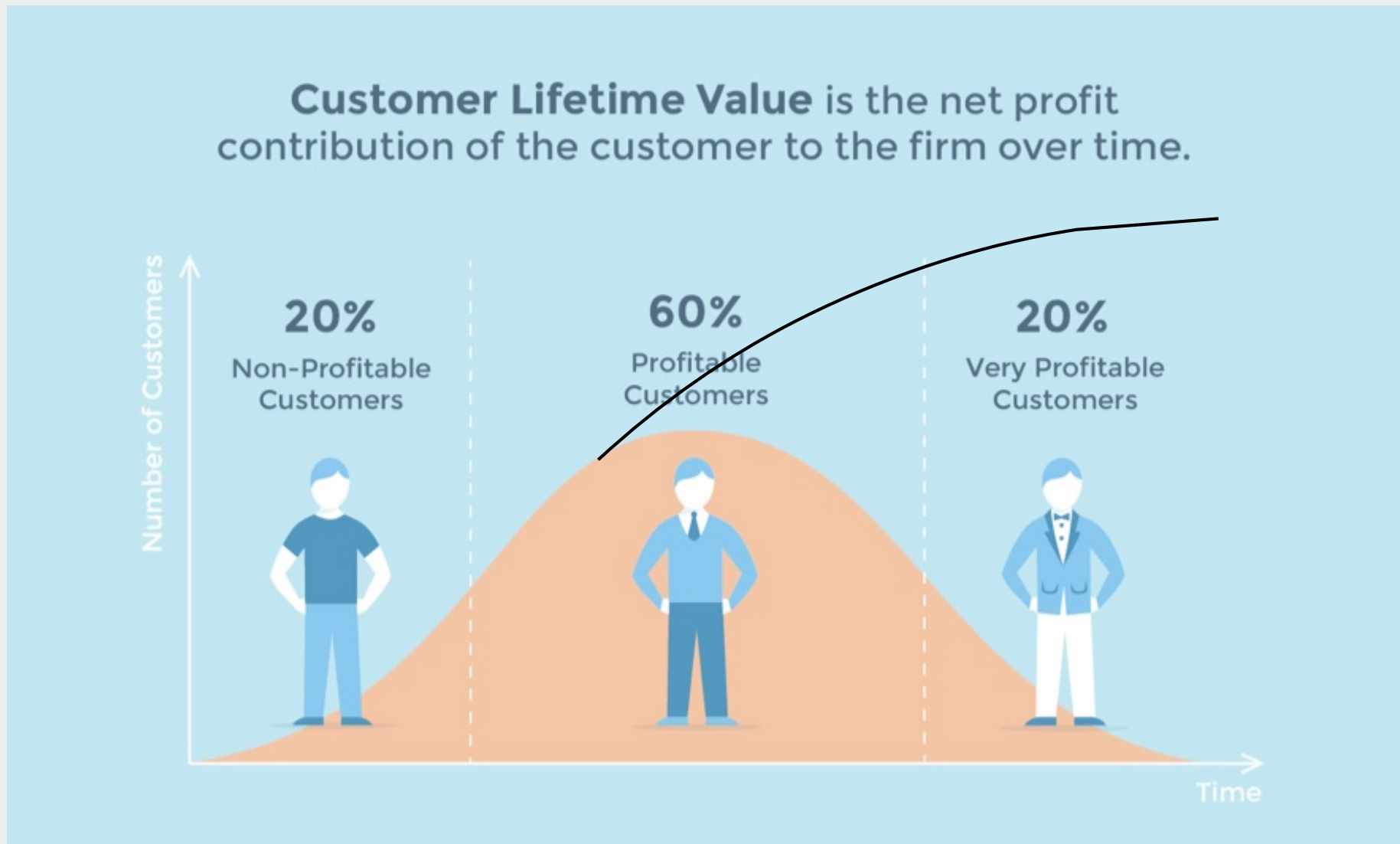
La maggior parte delle aziende vede nella **ricerca e creazione del Cliente Nuovo** la più grande opportunità di marketing per il proprio Brand

What are your company's top marketing challenges?



Fonte: State of Inbound
Dati 2017

Le aziende di successo vedono nella creazione di una relazione di lungo termine con il proprio cliente la più grande opportunità di marketing per il proprio Brand



Qual è la differenza sostanziale?

RIUSCIRE A

**MANTENERE SOLIDA UNA RELAZIONE
NEL TEMPO**

FACCIAMO UN TEST

- A. ESCLUDENDO LA FAMIGLIA E I COLLABORATORI, SCRIVI SU UN FOGLIO 10 NOMI DI PERSONE CHE CONOSCI E FREQUENTI DA ALMENO 5 ANNI**
- B. ORA SCRIVI 10 NOMI DI PERSONE CHE CONOSCI E FREQUENTI DA ALMENO 15 ANNI**
- D. ORA SCRIVI 10 NOMI DI PERSONE CHE CONOSCI E FREQUENTI DA ALMENO 25 ANNI**

**SI RIDUCONO ANDANDO
INDIETRO NEL TEMPO?**

COME MAI?

Come si mantiene una relazione nel tempo?



1#

PRIMA DEL CLIENTE VIENE LA PERSONA

A word cloud of Italian names in various colors and orientations. The names include: Chiara, Eleonora, Vito, Ester, Federica, Michela, Barbara, Sandro, Davide, Matteo, Antonio, Marco, Maria, Silvio, Alessandra, Daniela, Giovanni, Giorgia, Francesca, Filippo, Alessio, and Salvatore. The names are arranged in a dense, overlapping cluster, with some names appearing more frequently than others.

Chiara, Eleonora, Vito, Ester, Federica, Michela, Barbara, Sandro, Davide, Matteo, Antonio, Marco, Maria, Silvio, Alessandra, Daniela, Giovanni, Giorgia, Francesca, Filippo, Alessio, Salvatore

1A # UMANIZZA IL TUO BRAND

2

LE PERSONE CAMBIANO



2A # FAI CRESCERE IL TUO BRAND CON LORO

3

DAI VALORE AL LATO UMANO DELLA RELAZIONE



**3A # FAI CRESCERE I TUOI COLLABORATORI NELLA
GESTIONE DEI RAPPORTI INTERPERSONALI**

4

MANTIENI SEMPRE LA COMUNICAZIONE



**4A # FAI SI' CHE ESISTA UN SISTEMA IN AZIENDA PER
MANTENERE UNA COMUNICAZIONE A DUE SENSI CON I CLIENTI**

5

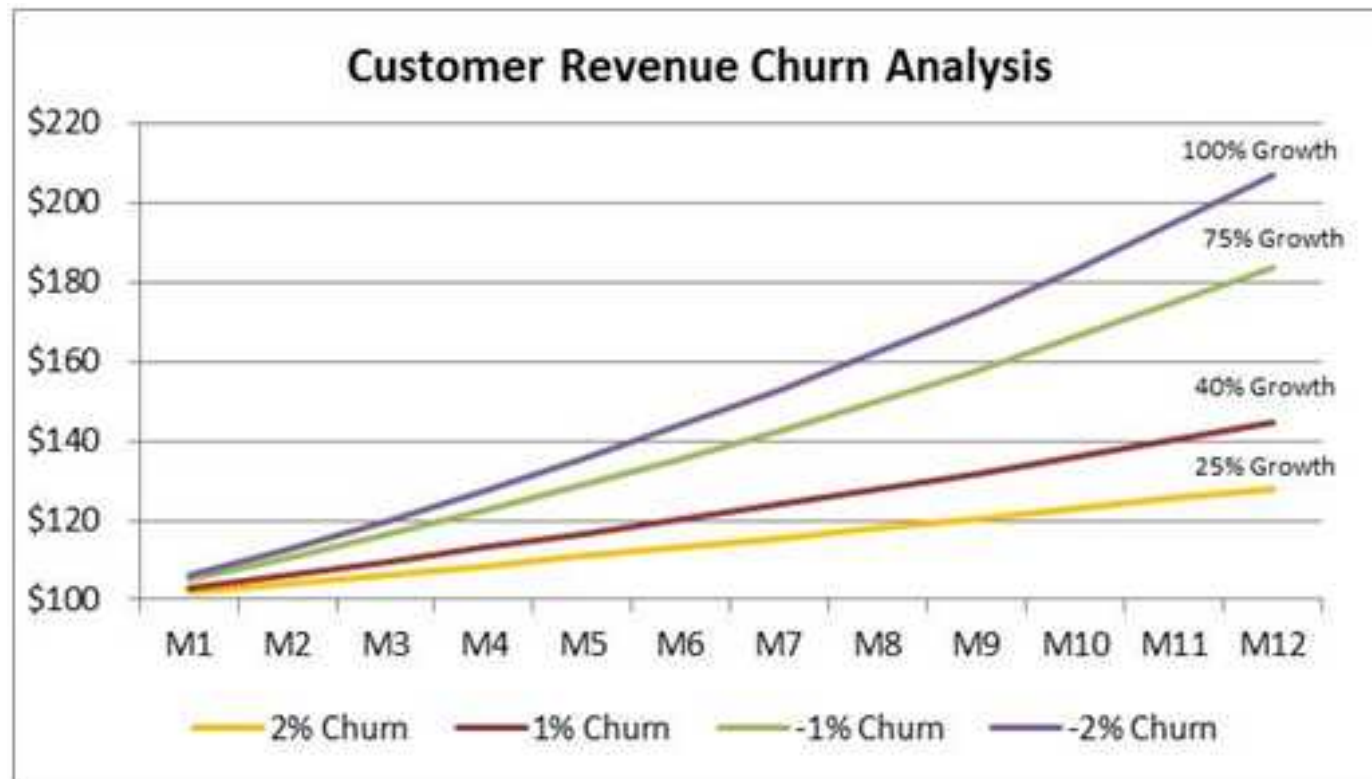
ESISTE UN 'FUNNEL' ANCHE PER GESTIRE LA RELAZIONE



5A # FAI SI' CHE LA PIRAMIDE ROVESCATA VENGA ADOTTATA ANCHE PER IMPARARE A GESTIRE LA RELAZIONE CON I CLIENTI, NON SOLO PER VENDERE

6

MANTIENI LA RELAZIONE AD OGNI COSTO



5A # ORGANIZZA AFFINCHÉ IN AZIENDA ESISTA UN SISTEMA PER RECUPERARE I CLIENTI PERSI E RIMANERE IN CONTATTO CON LORO

7

CONTINUA A INTERESSARTI E A CREARE VALORE PER LORO COME PERSONE

UNDERSTANDING
someone else's identity

is
NOT

a PREREQUISITE for
EMPATHY

EMPATHY

IS

a PREREQUISITE for
UNDERSTANDING

7A # TRASFORMA IL CONTRIBUTO CHE IL TUO BRAND PUO' DARE LORO NEL TEMPO

8 #

**FA SI' CHE LA PERSONA SAPPIA DI POTER
CONTARE SU DI TE, NONOSTANTE TUTTO**

WE ARE ONE

**8A # ASSICURATI CHE IN AZIENDA SI SPOSI IL
PRINCIPIO DEL 'TUTT'UNO CON IL CLIENTE'**

I BRAND DESTINATI A FALLIRE TRASFORMANO I CLIENTI IN EX-CLIENTI



I BRAND DI SUCCESSO TRASFORMANO I CLIENTI IN “COLLABORATORI”



IL MIO MESSAGGIO

**CREA IL TUO PROGETTO PER
IMPARARE AD AMARE LE PERSONE
E AVRAI IL TUO SISTEMA PER**



**MANTENERE SOLIDA UNA RELAZIONE
NEL TEMPO**

Thank You