



## GESTIRE, MANTENERE E FIDELIZZARE IL CLIENTE

- > Gestire, mantenere e fidelizzare il cliente scheda 4.a
- > Migliorare il servizio al cliente via web e telefono scheda 4.b



## I BISOGNI DELL'AZIENDA

I clienti chiave dell'azienda sono chiaramente identificati fra quelli serviti?  
 L'azienda ha predisposto piani di sviluppo per i clienti chiave?  
 Quali sono le iniziative di fidelizzazione previste?  
 Come si misura la soddisfazione della clientela?  
 È disponibile in azienda un sistema di "intelligence" per accumulare conoscenza su clienti e mercato?

## I RISULTATI PER L'AZIENDA

Identificazione clienti chiave per erogare un servizio eccellente.  
 Monitoraggio delle azioni commerciali, dei livelli di investimento e dei risultati sui clienti chiave.  
 Individuazione dei sistemi di fidelizzazione della clientela.  
 Consolidamento della relazione con il cliente e sviluppo rapporto fiduciario privilegiato.  
 Definizione logiche sistema di "intelligence" per la gestione attiva dei clienti.

## II PERCORSO

- > Segmentazione portafoglio clienti per potenziale
- > Redazione piani specifici di sviluppo per clienti chiave
- > Sviluppo iniziative di fidelizzazione dei clienti
- > Attuazione rapporti di partnership con i clienti
- > Misurazione della soddisfazione dei clienti
- > Elaborazione del sistema di gestione delle informazioni sui clienti