

La creazione del valore

Come creare plus di qualità per aggiungere valore ad un prodotto o servizio



Obiettivi

Utilizzare strategie che permettano di differenziarsi dalla concorrenza, produrre marginalità, soddisfare e fidelizzare la clientela, attraverso fattori che valorizzino le caratteristiche di un prodotto o servizio e ne aumentino le destinazioni d'uso.

Attività

Partendo dall'analisi dei criteri di valutazione della qualità dal punto di vista della clientela, si verificano le ampie possibilità di alzarne il livello di percezione attraverso l'utilizzo di fattori variegati come la funzionalità, l'accessibilità, la capacità di risposta, l'affidabilità, la comunicazione e la narrazione d'impresa, la relazione e la gestione strategica della clientela

Destinatari

Aziende, attività commerciali, responsabili marketing e vendite, addetti alla clientela

Durata

dalle 12 alle 24 ore secondo necessità

La creazione del valore

Definizione del concetto di qualità e valore.

Comprensione dei bisogni: razionali, emotivi, intellettuali, sociali.

Tipi di qualità: erogata, percepita, latente.

Orientamento alla *customer satisfaction* e analisi delle aspettative.

Criteri di valutazione della clientela:

Aspetti tangibili, affidabilità e credibilità, capacità di risposta, competenza, sicurezza, accessibilità fisica e intellettuale, relazione e gestione strategica delle clientele.

La progettazione e produzione di valore: nuovi modi di soddisfare bisogni superando le aspettative.

La comunicazione del valore: politiche di marketing mix e narrazione d'impresa.

Misurazione del valore: redditività dei clienti, dei prodotti, degli investimenti in marketing.

Analisi di casi ed esercitazioni

Dott. Marco Vignudelli tel 335 7163829 marco.vignudelli@gmail.com