

La gestione strategica delle lamentele

Come trasformare un reclamo in un'opportunità per fidelizzare il cliente



Obiettivi

Comprendere l'importanza dei reclami e apprendere efficacemente la modalità di gestirli trasformandoli in un'occasione d'oro per soddisfare e fidelizzare la clientela.

Attività

Costruzione di una strategia di marketing attraverso la gestione efficace delle lamentele basata su precisi calcoli economici, utilizzando un approccio indifferente alla colpa ed un'adeguata istruzione degli addetti alla gestione della clientela.

Gestione emotiva degli interlocutori attraverso tecniche di comunicazione adeguate e ascolto attivo. Modalità di fare domande e capacità di risolvere i problemi

Destinatari

Titolari di piccole e medie aziende, amministratori di grandi società, quadri commerciali, addetti alle vendite e all'accoglienza clienti

Durata

da 4 a 12 ore secondo livelli di approfondimento

La gestione strategica delle lamentele

La relazione con la clientela

L'importanza della fidelizzazione della clientela

Indifferenza, insoddisfazione e disservizi: costi economici e passaparola disastroso

Gestione strategica dei reclami come opportunità nelle strategie di marketing

Identificazione dei reclami nascosti: quando il problema è se il cliente non reclama

Perchè calmare un cliente irritato?

La differenza tra obiezione e reclamo

Cosa vuole un cliente che si lamenta?

Sindrome da reclamo: profilassi e terapia

Valutazione dei servizi forniti e analisi critica delle aspettative

I criteri di valutazione dal punto di vista del cliente

Comportamenti e tecniche di comunicazione di fronte ai reclami

Assertività e ascolto attivo

Accordo condizionato o adesione apparente

Metodo della compensazione, della limitazione e della prevenzione

L'uso del linguaggio:

ammortizzatori verbali, parafrasi, rispecchiamento e specificazione.

Gestione emotiva dell'interlocutore e piano d'azione

Dott. Marco Vignudelli Tel 3357163829

marco.vignudelli@gmail.com