**Scheda formativa**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titolo**  | **Modi per costruire relazioni forti con i clienti e** **Soddisfare le loro varie esigenze** |
| **Parole chiave (meta tag)** | Costruzione di relazioni; networking; co-sviluppo |
| **Lingua** | Inglese |
| **Obiettivi / Finalità / Risultati di Apprendimento** | Al termine della sessione gli studenti saranno in grado di: LO1: Collegarsi con i clienti nello sviluppo di offerte di servizi / prodottiLO2: Incontrare i clienti dove interagiscono con i nostri servizi prodottiLO3: Costruire relazioni in un mondo digitale |
| **Area formativa: (Selezionane una)** |
| **Online / Digital Marketing / Cyber-Security** | **X** |
| **E-Commerce / Finanziamenti** |  |
| **Benessere digitale** |  |
| **Smart work / Nomadi digitali** |  |
| **Descrizione** | **Non c'è niente di più importante nel business del rapporto che un'azienda costruisce con i** **propri clienti; le aziende non possono essere semplicemente un'"isola", ma devono piuttosto concentrarsi sull'interconnessione della loro attività con i loro clienti. In questa sessione l'attenzione si concentrerà sulla costruzione di relazioni con i clienti che vanno oltre l'aspetto del tradizionale networking aziendale.**  **L'attenzione si concentrerà sul co-sviluppo di prodotti e/o servizi e sull'approfondimento delle relazioni commerciali in un mondo digitale, mantenendo allo stesso tempo la fiducia.**  |
| **Contenuti disposti in 4 livelli** | **Nome del modulo: modi per costruire relazioni forti con i clienti e soddisfare le loro varie esigenze****1 Nome dell'unità:** collegarsi con i clienti nello sviluppo di offerte di servizi / prodotti1.1 Collaborazione acquirente-venditore**2 Nome dell'unità:** Incontrare i clienti dove interagiscono con i nostri servizi / prodotti2.1 Acquisizione di nuovi clienti2.2 Conferma dei clienti attuali**3 Nome dell'unità:** Costruire relazioni in un mondo digitale3.1 Tipi di relazioni digitali3.2 Costruzione di relazioni con i social media |
| **Autovalutazione (domande e risposte a scelta multipla)** | 1. Quale delle seguenti cose non è vera per i clienti quando costruiamo relazioni?
	1. Si sentono più sicuri.
	2. A loro piace far parte di qualcosa di cui i bisogni sociali.
	3. È più probabile che rimangano clienti.
	4. **Tutte sono vere.**
2. Collaborazione acquirente-venditore
	1. È difficile da raggiungere.
	2. **È considerata una necessità in futuro.**
	3. Porterà a più vendite.
	4. È più importante per le aziende più grandi.
3. L'acquisizione del cliente deve essere effettuata con:
	1. **Nuovi clienti.**
	2. Clienti attuali.
	3. Clienti nuovi e attuali.
	4. Non è valido per nessuno dei precedenti.
4. Quale delle seguenti affermazioni è vera sulla costruzione di relazioni con i social media?
	1. **Le aziende devono applicare l'"ascolto" dei social media.**
	2. Tutti i clienti stanno cercando di stabilire tali relazioni.
	3. Pubblicare solo contenuti aziendali.
	4. Tutto quanto sopra è vero.
 |
| **Toolkit (linee guida, best practice, checklist, lezioni apprese...) DA UTILIZZARE DA CTS / CASE** | **Nome**  |  |
| **Descrizione** |  |
| **Link di interesse** |  |
| **Risorse (video, link di riferimento)** | <https://www.octaneai.com/blog/customer-relationships><https://www.transparency-one.com/the-case-for-supplier-collaboration/><https://www.revechat.com/blog/customer-interactions/><https://www.youtube.com/watch?v=IhC_jI1X8Ys><https://www.finextra.com/blogposting/19316/7-reasons-to-meet-customers-face-to-face><https://www.intercommedia.org/build-customer-relations/><https://sproutsocial.com/insights/build-customer-relationships/> |
| **Materiale correlato** |  |
| **PPT correlati** |  |
| **Bibliografia** | Thukral, E., & Ratten, V. (2021). Costruire e mantenere relazioni con i clienti attraverso il marketing digitale e le nuove tecnologie per le piccole imprese durante la pandemia di COVID-19. In *COVID-19 e imprenditorialità* (pp. 100-108). Routledge.Oncioiu, I., Căpușneanu, S., Topor, D. I., Tamaș, A. S., Solomon, A. G., & Dănescu, T. (2021). Potere fondamentale delle interazioni sui social media per la costruzione di un marchio e relazioni con i clienti. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *16* (5), 1702-1717.Hussain, K., Jing, F., Junaid, M., Shi, H., & Baig, U. (2020). Il rapporto acquirente-venditore: una sintesi letteraria su prospettive dinamiche. *Journal of Business & Industrial Marketing*.Yenen, S. Ü., & Şahin, G. (2021, novembre). Acquisizione e onboarding di clienti digitali durante la pandemia. Nel *2021 15th Turkish National Software Engineering Symposium (UYMS)* (pp. 1-4). IEEE. |
| **Fornito da** | SEERC · |