

## COME DIFENDERSI DALL'E-COMMERCE

### INTRODUZIONE

La capacità di comunicare e di promuovere la propria azienda via Web sembra oggi un ingrediente imprescindibile del successo commerciale. È davvero così? Quali sono i punti di forza e di debolezza insiti negli strumenti di web marketing e come possono essere sfruttati per sviluppare un commercio basato su metodi tradizionali?

Il corso si propone di fornire strumenti e metodologie per valorizzare esercizi commerciali tradizionali aumentando le vendite e fidelizzando i Clienti.

#### COME DIFENDERSI DALL'E-COMMERCE.

Quali sono i punti di forza e di debolezza negli strumenti di Web marketing che possono promuovere la vostra azienda.

Una passerella per le nuove e piccole imprese che realizza gli esercizi commerciali tradizionali. Le commissioni di vendita sono più o meno uguali a quelle dei negozi tradizionali. Per questo il corso si propone di fornire strumenti e metodologie che valorizzano le piccole aziende commerciali tradizionali, aumentano le vendite e fidelizzano i clienti.



Tutti i temi da conoscere per non farsi superare dalla nuova tecnologia.

- Commercio tradizionale online
- Internet, motori e servizi web 2.0
- Negoziazione e comunicazione online
- Come difendere il cliente
- Come gestire il B2B

**Obiettivi:** fornire strumenti e metodologie per difendersi efficacemente dalla concorrenza virtuale e per sviluppare punti vendita tradizionali

**Target:** Titolari o responsabili di microimprese e di piccole esercizi commerciali,

**Metodologia:** aula

**Durata:** 2 giorni

### TEMI TRATTATI

#### E-commerce bussa alla tua porta

- Le conquiste dell'e-commerce
- Strumenti, metodi e trucchi del web marketing
- Comunicazione sui social media e comunicazione al Cliente

#### Conquistare il Cliente in un punto vendita tradizionale

##### Fase 1 - Attirare il Cliente

- La vetrina alternativa all'e-commerce
- Come distinguersi nell'immagine e nella comunicazione
- Strumenti e casi di successo

##### Fase 2 - Gestire il Cliente nel punto vendita

- Chi entra in un punto vendita e perché
- Come gestire e indirizzare i bisogni (aspettative) del Cliente
- Comunicare il valore aggiunto dell'azienda
- Chiusura della vendita

Percorso formativo per punti vendita e esercizi commerciali

## CONOSCERE IL CLIENTE PER AVERE SUCCESSO

Strumenti e metodi per creare relazione, fidelizzare il cliente e incrementare le vendite.

### INTRODUZIONE

Creare una relazione con il cliente è oggi la chiave del successo di un esercizio commerciale. La fidelizzazione diviene fondamentale per battere la concorrenza, rappresentata da ipermercati e negozi on line. È importante perciò conoscere il cliente e farlo sentire "a casa".

Il corso si propone di fornire strumenti e metodologie per conoscere il cliente, creare con lui una relazione, fidelizzarlo e di conseguenza aumentare le vendite.



**Obiettivi:** fornire strumenti e metodologie per creare un data base clienti da utilizzare per creare con lui una relazione.

**Target:** Titolari o responsabili di microimprese e di piccole esercizi commerciali.

**Metodologia:** aula

**Durata:** 2 giorni

### TEMI TRATTATI

#### Come entrare in relazione con i clienti

- Conoscere il cliente: sesso, età, comportamento d'acquisto,...
- Quali strumenti utilizzare: dal questionario al data base
- Come utilizzare i social media a proprio vantaggio

#### Conquistare il Cliente in un punto vendita tradizionale

- Identikit del cliente: chi è e cosa si aspetta
- Come si comporta sul punto vendita
- Fare domande e raccogliere i risultati: il data base
- Strumenti e casi di successo

Percorso formativo per punti vendita e esercizi commerciali

## INCONTRIAMOCI IN NEGOZIO

Come creare un evento per migliorare la relazione col cliente ed incrementare le vendite.

### INTRODUZIONE

L'acquisto per molti è anche un momento di relax, dalla forte componente "ludica" ed emozionale. Perché non utilizzare la componente emozionale a proprio vantaggio?

Rendere il proprio punto vendita un luogo d'incontro in cui invitare il cliente, contribuisce, in modo decisivo, a creare una relazione, fidelizzarlo e incrementare così le vendite: si sentirà gratificato e al centro dell'attenzione.

Il corso si propone di fornire metodi e strumenti per rendere il punto vendita la location dove invitare il cliente in occasione di un anniversario, la presentazione di un prodotto o le festività, contribuendo in modo decisivo, fidelizzarlo e incrementare così le vendite.



**Obiettivi:** fornire strumenti e metodologie per migliorare la relazione con il cliente grazie all'organizzazione di incontri sul punto vendita.

**Target:** Titolari o responsabili di microimprese e di piccole esercizi commerciali.

**Metodologia:** aula

**Durata:** 2 giorni

### TEMI TRATTATI

**Come organizzare un evento in negozio**

- Scegliere un tema da sviluppare
- Invitare i clienti
- Utilizzare gli strumenti promozionali

**Fase 1 – Creare l'evento sul punto vendita**

- Anniversario, presentazione di un prodotto, festività: scegliere un tema e svilupparlo
- Gli inviti: quali strumenti utilizzare (dalla mailing list alla telefonata)
- Uno sguardo ai social media: le potenzialità del futuro prossimo

**Fase 2 - Gestire l'evento per creare relazione e finalizzare la vendita**

- Come gestire l'evento: come comportarsi prima, durante e dopo
- Comunicare il valore aggiunto dell'evento
- Finalizzare la vendita durante o dopo l'evento
- Strumenti e casi di successo