



MEETING CONSULTANTS

## titolo

### IL CLIENTE AL CENTRO

## sottotitolo

### Bisogni della clientela congressuale e standard di servizio

## contenuti

In un mercato molto vasto e competitivo la clientela è diventata più esigente e consapevole delle molteplici alternative a disposizione. Cresce l'attenzione alla qualità del servizio ed al rapporto qualità/prezzo.

**È il cliente che sceglie e che sta al centro del mercato.**

Per conquistarlo dobbiamo garantire l'adeguatezza dei nostri servizi.

La conoscenza delle dinamiche e degli obiettivi degli eventi, delle esigenze ed aspettative dei diversi soggetti che esercitano un ruolo (partecipanti, promotori, organizzatori), costituisce un elemento imprescindibile per assicurare la qualità del servizio e quindi la soddisfazione del cliente. Non tutte le tipologie di eventi sono caratterizzate dalle stesse esigenze, in un settore composito, che include dai congressi medici ai viaggi incentive. Non solo: i bisogni e le aspettative del promotore dell'evento, non sono sempre gli stessi del partecipante o dell'agenzia organizzatrice.

Nel corso del seminario vengono sviluppati i seguenti argomenti:

- esigenze della clientela in base al ruolo, agli obiettivi ed al tipo di evento
- standard qualitativi da garantire nell'erogazione dei servizi
- esperienze di successo nel settore.

## obiettivi

Conoscere gli standard di servizio attesi dai clienti della *meeting and event industry*, acquisire delle procedure da applicare nella propria attività.

La conoscenza di questi argomenti viene sviluppata anche attraverso il lavoro di gruppo.

## a chi e' rivolto

Il seminario è rivolto a chi fornisce servizi per l'organizzazione di eventi come ad esempio: centri congressi e sale attrezzate, alberghi, società di catering, servizi tecnologici, allestimenti, trasporti, organizzazione, comunicazione.

## durata

- modulo breve: 4 ore
- modulo completo: 6/8 ore