



MEETING CONSULTANTS

titolo

COME AVERE CLIENTI SODDISFATTI E FIDELIZZATI

sottotitolo

Acquisire un nuovo cliente è 20 volte più costoso che conservarne uno

contenuti

Acquisire nuovi clienti comporta un investimento superiore a quello necessario per mantenere quelli attuali. Eppure il turnover nel mondo dei convegni è alto. E non sempre la motivazione è legata alla necessità di alternare le sedi degli eventi.

La fidelizzazione del cliente parte dalla sua soddisfazione, ma implica una strategia successiva per costruire una relazione solida e duratura.

Come fare? Siamo certi di conoscere veramente cosa soddisfa e cosa infastidisce i nostri clienti, cosa li lega alla nostra azienda o cosa li allontana, anche quando l'evento è andato bene?

Quali sono le strategie di fidelizzazione? È sufficiente un'unica strategia per tutti i clienti della meeting industry o è necessario declinare diversi programmi in base agli obiettivi e sensibilità di ogni cliente? La grande distribuzione oggi utilizza molto le campagne di fidelizzazione con programmi e modalità diversificati: questi strumenti possono essere utilizzati anche nel mondo dei convegni?

Questi quesiti vengono affrontati attraverso un'analisi introduttiva e le testimonianze di alcuni professionisti con ruoli diversi nell'organizzazione di eventi, i quali presenteranno case history e risponderanno a domande del pubblico.

obiettivi

Comprendere quali siano gli aspetti più importanti e quali quelli trascurabili o meno influenti nella relazione con il cliente, successivamente alla prima esperienza.

Suggerire programmi e strategie utili.

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

- 4 ore