

invitano al seminario

Customer satisfaction per la crescita sostenibile delle aziende

Strategie, strumenti e tecniche di misurazione

6 giugno 2007

ore 9.15 – 12.45

Hotel Michelangelo

Via Scarlatti, 33 (MM2 – MM3 Stazione Centrale)
Milano

La possibilità di realizzare una **crescita sostenibile**, generata da clienti soddisfatti che diventano promotori entusiasti di un'azienda, è già una realtà per molte imprese leader nei propri settori di riferimento che hanno costruito il loro successo ripensando le loro strategie e la loro organizzazione con un unico obiettivo, quello di **soddisfare i propri** clienti a un livello di eccellenza tale da spingerli a promuovere l'azienda all'interno della loro rete di relazioni diventandone, di fatto, il **motore di sviluppo**.

Il seminario ha l'obiettivo di accrescere nei partecipanti la consapevolezza che la customer satisfaction è un elemento determinante per il successo di una azienda e di approfondire la conoscenza dei diversi aspetti da affrontare nell'intraprendere dei percorsi per il suo miglioramento analizzati alla luce delle **esperienze progettuali** realizzate dai relatori (**Lavazza, Ansaldo, GE Money, DaimlerChrysler Servizi Finanziari, GE Bank**): dalle **strategie** per accrescerla, ai diversi metodi utilizzabili per la sua misurazione; dai servizi che la favoriscono, agli **strumenti tecnologici** che consentono di realizzare concretamente le strategie definite.

Senza tralasciare l'approccio alla soddisfazione del cliente in un'ottica di **qualità** introdotto recentemente con la norma **UNI ISO10002:2006** per il trattamento dei reclami.

L'incontro è rivolto a **Direttori Marketing, Direttori Commerciali, Customer Relationship Manager, Direttori Organizzazione, Amministratori Delegati, Direttori dei Sistemi Informativi.**

La partecipazione è gratuita previa registrazione

(online www.mastercom.it o via mail events@mastercom.it).

Verrà data conferma dell'avvenuta iscrizione.

Segreteria Organizzativa: tel. 02 39942.804 - events@mastercom.it

Con la partecipazione di



AGENDA

- 9.15 **Registrazione dei partecipanti**
- 9.30 **Benvenuto e introduzione**
- 9.45 **Il cliente soddisfatto motore della crescita aziendale**
Misurare i buoni profitti della customer satisfaction e i costi della customer dissatisfaction
Dott. Umberto Cè, Partner COGENT
- 10.15 **Principi e strumenti di Customer Marketing e di CRM**
Ing. Mario Moro, Partner COGENT
- 10.45 **Le strategie per incrementare la customer satisfaction applicate alle tecnologie**
Alessandro Sapone - Sviluppo progetti CRM MASTERCOM
- 11.15 Coffee Break
- 11.30 **Scenario e sviluppi dei servizi e delle applicazioni per la soddisfazione dei clienti**
Dott. Mario Massone - Fondatore CMMC (Customer Management Multimedia Competence)
- 12.00 **Customer satisfaction nella gestione (efficace) dei reclami:**
le indicazioni della norma per la qualità UNI ISO10002:2006
Dott. Alessio Cattaneo, Business Development Manager MASTERCOM
- 12.20 **Domande e risposte**
- Chiusura dei lavori**

Come raggiungerci:

L'Hotel Michelangelo si trova in Via Scarlatti 33 a Milano, a pochi passi dalla Metropolitana Stazione Centrale (MM2 - MM3). L'Hotel dispone di parcheggio a pagamento (€ 10 al giorno).

Mastercom è un'azienda di consulenza specializzata in soluzioni evolute e servizi di CRM e di Contact Center che supportano progetti di miglioramento della customer satisfaction attraverso l'ottimizzazione dei processi e dell'operatività delle divisioni aziendali coinvolte nella gestione della relazione con i clienti.

La società, con sedi a Milano e a Roma e un organico di 180 persone, ha realizzato progetti avanzati di CRM per aziende dei settori Finance, Servizi, TLC, Utilities, Editoria.

(www.mastercom.it)

Cogent è una società di servizi professionali e di formazione manageriale. Sviluppa ricerche di mercato, analisi strategiche, competitive e revisioni organizzative ed è specializzata nella realizzazione di progetti informatici complessi, nelle aree della gestione delle infrastrutture e del Change Management. E' inoltre attiva nello sviluppo di iniziative di Relazione Cliente, con competenza nelle strategie CRM e in tematiche di Knowledge Management.

(www.cogent.it)

CMMC nasce con lo scopo di promuovere il confronto delle esperienze e delle performance tra le aziende che hanno come missione comune quella di migliorare le relazioni con i propri Clienti, Consumatori e Cittadini attraverso il CRM e i Call Contact Center.

Dal 2002 CMMC è parte dell'European Confederation Contact Centre Organisations (ECCCO).

(www.club-cmmc.it)

Con la partecipazione di

