



micromarketing...

DESTINATARI:

Gestori, Addetti alle vendite, di Punti di Vendita della viabilità ordinaria

DURATA:

Due Giorni

OBIETTIVO:

Sensibilizzare i Gestori allo sfruttamento del Mercato Locale attraverso iniziative di Micromarketing per mirare ad un aumento sia della Clientela (Copertura) che del livello di Fidelizzazione (Penetrazione).

CONTENUTI:

Riguardano principalmente:

- Scenari di consumo:
 - Come stanno cambiando: mercati saturi/maturi
- Il mercato di riferimento
 - Il Mercato del Punto Vendita
 - Concorrenza
 - Potenziale
 - Valore
- Bacino d'Utenza
 - Esempio di configurazione
 - Indicatori di sfruttamento del potenziale del bacino
 - Processo di monitoraggio della concorrenza: logiche, elementi rilevanti e modalità di alimentazione
- Rapporto Gestore-Cliente sul Punto di Vendita.
- La Customer Satisfaction
- Il Piano d'Affari
 - Utilizzo e struttura
 - Esercitazione
- Lo Scaffale delle Iniziative Commerciali Locali