

Operazione Rif. PA 2024-22694/RER approvata con DGR 1914/2024 in data 14/10/2024 e realizzata grazie ai Fondi Europei della Regione Emilia-Romagna



SMART CUSTOMER CARE: USARE L' AI E IL DIGITALE PER LA FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE - MODALITA' WEBINAR

Competenze organizzative e gestionali per l'Open Innovation nella filiera meccanica PG.2

Marketing



Obiettivi

Il corso fornisce una visione strutturata e operativa del marketing digitale e della **gestione della relazione cliente nel B2B**, con particolare attenzione alle fasi di vendita e post vendita. L'obiettivo è sviluppare la capacità di scegliere consapevolmente i canali digitali, allinearli agli obiettivi di business e integrarli nei processi commerciali e di customer care. I partecipanti acquisiranno strumenti per migliorare **efficacia commerciale**, continuità della relazione, **fidelizzazione e qualità del servizio**, ottimizzando risorse, processi e supporto operativo anche attraverso l'**uso mirato dell'AI**.

Argomenti

Scelta consapevole dei canali nel marketing digitale b2b

- differenza tra strumenti e strategia nel marketing digitale: perché gli strumenti funzionano solo se inseriti in un disegno strategico chiaro
- perché non tutti i canali sono adatti a tutte le aziende e perché l'approccio "essere ovunque" nel B2B porta spesso a dispersione di risorse
- analisi del contesto aziendale b2b: settore di appartenenza, dimensione dell'impresa, organizzazione interna, risorse disponibili

DURATA TOTALE:
20 ore

NUMERO PARTECIPANTI:
8

CALENDARIO:
dal: 31/03/2026
al : 12/05/2026

TERMINE ISCRIZIONI:
09/03/2026

SEDE DI SVOLGIMENTO:
REGGIO EMILIA

REFERENTE DEL CORSO:
MARIA CLAUDIA ALASTRA
mariaclaudia.alastra@formart.it
3316906119

QUOTA DI PARTECIPAZIONE:
Finanziato

Il corso sarà realizzato solo al raggiungimento del numero minimo di iscritti.
Le date potrebbero subire variazioni.



FORMart sede di REGGIO EMILIA, Via Luigi Sani, 7 42121 Reggio Emilia

T. 0522-267411 - info.reggio@formart.it - www.formart.it



Cercaci su



- definizione degli obiettivi di business e coerenza nella scelta dei canali digitali
- panoramica dei principali canali di marketing digitale e del loro ruolo nel B2B: **sito web** come strumento centrale di credibilità, informazione e supporto commerciale; **email marketing** per relazione continuativa, post vendita, assistenza e fidelizzazione; contenuti informativi e tecnici come leva di valore e autorevolezza; **social media b2b** come canali di supporto e accenno alle diverse logiche di utilizzo (LinkedIn per posizionamento, relazioni e employer branding; Facebook come canale di presenza e supporto locale o istituzionale; Instagram utile solo in specifici contesti di comunicazione visiva o employer branding; altri social valutati solo se coerenti con target, obiettivi e risorse)
- errori comuni nella scelta e gestione dei canali digitali:
 - utilizzo dei social senza una strategia chiara
 - scelta dei canali per moda o imitazione dei competitor
 - mancanza di coerenza tra obiettivi, messaggi e strumenti
 - assenza di continuità e di una lettura corretta dei risultati

Relazione cliente e post vendita nel b2b manifatturiero

- ruolo del post vendita nel ciclo di vita del cliente
- assistenza, manutenzione e continuità della relazione
- aspettative del cliente b2b

Web marketing a supporto di assistenza e fidelizzazione

- email post vendita e comunicazioni di servizio
- contenuti informativi e aggiornamenti tecnici
- gestione delle richieste online

Organizzazione dei processi di customer care

- coordinamento tra commerciale, tecnico e assistenza
- gestione e condivisione delle informazioni
- standardizzazione dei flussi

AI come supporto operativo nel post vendita

- supporto dell'AI a risposte, contenuti e documentazione
- organizzazione e velocizzazione delle attività
- casi pratici e linee guida applicabili



MISURE DI ACCOMPAGNAMENTO

Partecipando al corso potrai permettere alla tua azienda di beneficiare di un'attività di consulenza su misura senza sostenere alcun costo aggiuntivo.

Le opportunità sono limitate: fanne richiesta al momento dell'iscrizione.

La durata di questo servizio è di **6 ore**.

Destinatari

Il corso si rivolge a un'ampia gamma di professionalità e figure chiave quali imprenditori, dirigenti, responsabili di processi, progetti o attività specifiche, tecnici, professionisti in generale che richiedono ulteriori competenze per assicurare il buon funzionamento di un'attività imprenditoriale, presidiando le attività di gestione e fidelizzazione del cliente.

Calendario

Il corso si svolgerà in modalità webinar nelle seguenti date:

Mart 31/03 14:00- 17:30 (3,5h)

Mart 7/04 14:00- 17:30 (3,5h)

Mart 14/04 14:00- 17:30 (3,5h)

Mart 28/04 14:00- 17:30 (3,5 h)

Mart 5/05 14:00- 17:00 (3 h)

Mart 12/05 14:00- 17:00 (3 h)

Il **9/03/2026** è il termine ultimo entro il quale inviare la documentazione necessaria per l'iscrizione.

L'attività formativa si svolgerà in webinar: puoi frequentare il corso utilizzando il PC, lo smartphone o il tablet tramite una connessione stabile.

Docenti

Il corso è stato progettato con la collaborazione di un team di esperti e professionisti del settore e dell'area tematica del corso.

Docente di questo corso è **Virginia Foci**, professionista esperta nel settore del marketing digitale, con una formazione universitaria conseguita presso l'Università degli Studi di Parma. Attualmente



FORMart sede di REGGIO EMILIA, Via Luigi Sani, 7 42121 Reggio Emilia

T. 0522-267411 - info.reggio@formart.it - www.formart.it



Cercaci su



operante come Digital Marketing Specialist per Aziende.

Requisiti

Il corso è aperto a persone occupate:

dipendenti

imprenditori

liberi professionisti

che operano in aziende del sistema di riferimento con sede legale o unità locale in Emilia Romagna.

Nel caso in cui le iscrizioni risultassero superiori al numero massimo dei partecipanti previsti, verrà attivato il processo di selezione sulla base dei seguenti criteri:

- Ordine di arrivo dell'iscrizione
- Residenza in comuni diversi dal luogo della formazione (di norma diverso dal capoluogo di provincia)

