

VALORE AL CLIENTE



Tecnologie, Processi Produttivi e Logistica

VALORE AL CLIENTE

Date: 5-12-19-26 ottobre 2022

DESTINATARI

Il corso è destinato a imprenditori e responsabili di impresa, che desiderano innovare il proprio business basandosi su ciò che realmente interessa i clienti ad elevato potenziale.

Segnatamente, sono destinatari elettivi del corso i responsabili del marketing aziendale, responsabili commerciali, responsabili delle vendite, responsabili customer care.

La partecipazione di appartenenti a diverse funzioni aziendali della stessa impresa conferisce maggior valore al progetto.

OBIETTIVI

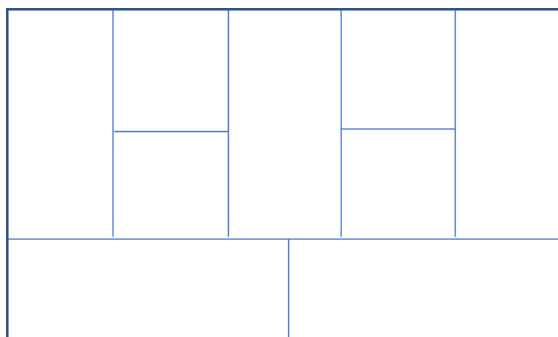
Come migliorare i risultati aziendali con una proposta di valore costruita intorno a segmenti di cliente ad elevato potenziale

CONTENUTI

➤ MODULO 1 – (3 ORE) – DISEGNARE L'IMPRESA CON IL BUSINESS MODEL CANVAS

Introduzione al business design

- a. Segmenti clienti – Focalizzare per vincere
- b. *Proposta di valore* – Elementi distintivi dell'offerta aziendale
- c. *Canali* – Come, dove e quando veniamo scelti dai nostri clienti
- d. *Sistema di relazioni* – Conservare i clienti dopo averli conquistati
- e. *Flusso di ricavi* – Come, quando e perché la proposta di valore è remunerata
- f. *Attività chiave* – I “mestieri” indispensabili per assicurare valore
- g. *Risorse chiave* – Cosa non deve mancare per sostenere il modello
- h. *Partner chiave* – Come, quando e chi coinvolgere per assicurare il successo
- i. *Struttura dei costi* – Assicurare la sostenibilità del business model



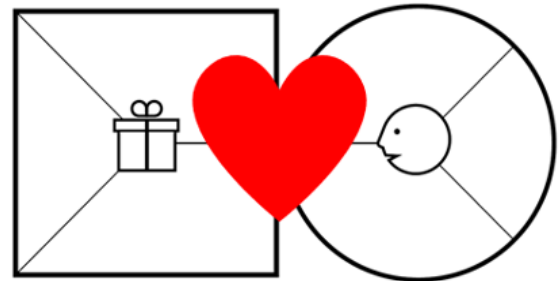
ESERCITAZIONE – Disegnare il canvas di un caso guida

STRESS TEST – Valuta la resistenza del tuo modello di business con il test 7+3

➤ MODULO 2 – (3 ORE) – LA PROPOSTA DI VALORE

Studiare il mondo del cliente prima di costruire un prodotto:

- Attività** – Cosa fa il cliente (a prescindere da noi...)
- Paure del cliente** – Pericoli e sofferenze che vuole evitare in ogni modo
- Vantaggi** – Cosa lo renderà felice



La proposta di valore

- Funzionale (a cosa serve)
- Sociale (come fa apparire il cliente)
- Emozionale (come fa sentire il cliente)

Riduttori di difficoltà per semplificare l'accesso al valore

Generatori di vantaggi per migliorare l'esperienza

Prodotti e servizi

➤ MODULO 3 – (3 ORE) – LA CUSTOMER EXPERIENCE

Le 5 fasi di ogni relazione cliente-fornitore

- Consapevolezza** – Farsi trovare quando il bisogno è in corso di definizione
- Valutazione** – Vincere nel confronto con gli altri
- Acquisto** – Valutare la reale fluidità del passaggio dalle intenzioni ai fatti
- Consumo** – Dall'attesa del prodotto allo smaltimento dell'imballo
- Post-vendita** – Comunicare l'esperienza e fidelizzare



ESERCITAZIONE – La Customer Experience di “Marco”

Il “fitting” della Proposta di valore con la Customer Experience

Il miglioramento della Customer Experience: 3 percorsi possibili.

Le domande giuste: come validare le ipotesi di miglioramento della Customer Experience

4x4 LAB – Coaching individuale

Sessione individuale di **1 ora** per la validazione dell'applicazione dei modelli illustrati all'organizzazione di appartenenza del partecipante.

➤ MODULO 4 – (3 ORE) – IL CAMBIAMENTO NEI FATTI: COSTRUIRE L’ACTION PLAN

Principi di Project management

- Obiettivi
- Risorse
- Tempi
- Soggetti coinvolti
- Pianificazione

Selezionare i progetti con la matrice Impatto/Fattibilità
Presentazione e “vendita” dei progetti

ESERCITAZIONE: Presenta il tuo progetto

DOCENTE

Luigi Pittalis – Partner Brogi & Pittalis Srl

Classe 1967, si laurea in Economia e Commercio a Firenze nel 1992. Nel 2018 consegue una Masterclass in business design con A. Osterwalder (Strategyzer.com). Dopo alcune esperienze nel mondo della pubblicità e come libero professionista, nel 2004 costituisce la Brogi & Pittalis Srl, primaria società di consulenza e formazione sui temi della gestione d'impresa. Per anni si dedica ai sistemi qualità e da sempre è docente in materia di bilancio, organizzazione e, più di recente, disegno strategico.

Ha al suo attivo più di 100 corsi di formazione, in presenza e on line. E' autore per la rivista Senzafiltro, sui temi del lavoro e dell'innovazione e speaker sui temi del business design.

METODOLOGIA DIDATTICA

Tutti gli argomenti del Corso sono affrontati attraverso una metodologia didattica pratica (case study esempi, confronto d'aula) e interattiva.

SEDE DEI CORSI / MODALITÀ DI EROGAZIONE

Si specifica che il corso si svolgerà a distanza in modalità FAD sincrona tramite Zoom



DURATA

12 ORE
Attività di coaching
individuale: **1 ora**



DATE E ORARI

5-12-19-26 ottobre 2022
10:00-13:00



PREZZO ASSOCIATI

€ 320,00 + IVA



PREZZO NON ASSOCIATI

€ 450,00 + IVA

Scheda di Iscrizione

VALORE AL CLIENTE

Date: 5-12-19-26 ottobre 2022

DA INVIARE COMPILATA TRAMITE E-MAIL AD UNO DEI SEGUENTI INDIRIZZI

P.BUZZI@UI.PISA.IT / SEGRETERIA@ISFORMAZIONE.IT

IL/LA SOTTOSCRITTO/A:

AZIENDA:

PARTITA IVA:

CODICE FISCALE:

INDIRIZZO:

CITTÀ:

TELEFONO:

EMAIL:

N	Nome e Cognome del Partecipante	Indirizzo Email del Partecipante	Ruolo ricoperto in Azienda	Prezzo Associati	Prezzo NON Associati
1					
2					
3					
4					
5					

Inoltre dichiara di:

- Essere un'azienda associata
- Non essere un'azienda associata

Timbro e Firma
