

I blog aziendali come strumenti di relazione con clienti e prospect: corso avanzato, gestire la relazione con clienti complessi, comunicare una novità e gestire gli imprevisti

A chi è rivolto: Marketing team aziendali, responsabili di comunicazione, responsabili commerciali, società operanti nel Web 2.0, nelle Pubbliche Relazioni, nei Media e più in generale tutte le società ed imprese che vogliono aprirsi in modo efficace ai più utilizzati canali di comunicazione on line.

Prerequisiti: conoscenza base di internet e del world wide web. Conoscenze pratiche dei contenuti del corso "I blog aziendali come strumenti di relazione con clienti e prospect: corso intermedio"

Scopo del corso: Gestire gli aspetti più avanzati della relazione con i clienti. Corso di Marketing e comunicazione caratterizzato da un approccio pragmatico e operativo finalizzato al raggiungimento degli obiettivi e arricchito da diverse esercitazioni sul campo.

Gli aspetti informatici sono limitati ad approfondire le tematiche di marketing e non richiedono alcuna conoscenza o formazione tecnica pregressa.

Obiettivi:

- Gestire la comunicazione con clienti complessi
- Gestire il lancio di nuovi prodotti e servizi
- Gestire gli imprevisti
- Come fare in modo che le critiche e gli effetti collaterali siano strumenti propositivi e valore aggiunto per le aziende

Durata: 3 giorni

Contenuti

- Tecniche avanzate di scrittura di un Corporate Blog
 - Ottimizzare i contenuti
 - Tecniche avanzate di Tagging
 - Fondamenti di Seo per i blog
- Gestire eventi.
 - Gestire il lancio di un nuovo prodotto.
 - Case histories di Lancio di nuovi prodotti
- La relazione con clienti complessi
 - Comprendere come un cliente deluso ci abbia regalato una consulenza per migliorarci.
 - Gestire le critiche espresse in modo privato.
 - Gestire le critiche pubbliche.
 - Tramutare un cliente deluso in un alleato.