



LA FIDELIZZAZIONE

Cosa si intende

PERCHÉ FIDELIZZARE

I vantaggi e le opportunità

QUANDO E DOVE

Luoghi e tempi della fidelizzazione

STRUMENTI

I principali mezzi per fidelizzare

AUMENTO CLIENTELA

Fidelizzare è aumentare la qualità del servizio

MONITORAGGIO

Conoscere il cliente è soddisfarne i bisogni

COS'È LA FIDELIZZAZIONE

Fidelizzare permette di acquisire, mantenere ed estendere la clientela

Fidelizzare il cliente è una delle parole d'ordine del marketing, uno dei temi che coinvolge le aziende che si orientano al mercato e che hanno individuato nel cliente la risorsa più importante che possiedono.

Curare il rapporto con la clientela (Customer relationship management) è solo una delle branche della fidelizzazione del cliente, probabilmente la più importante e quella alla quale dedicare il maggior numero di risorse, ma non dobbiamo dimenticare che la fidelizzazione, intesa come concetto più ampio, coinvolge anche la comunicazione e la pubblicità.

Fidelizzazione è l'insieme delle attività e delle tecniche di marketing che mirano ad agevolare l'instaurarsi di un rapporto fiduciario e duraturo nel tempo tra un'azienda, o un brand, ed il consumatore. Le strategie di customer relationship management sono alla base di questo processo poiché la cura del cliente e l'attenzione per le sue esigenze e le sue richieste sono primarie affinché si generi un legame fiduciario.

Gli obiettivi della fidelizzazione nella teoria del marketing sono essenzialmente tre:

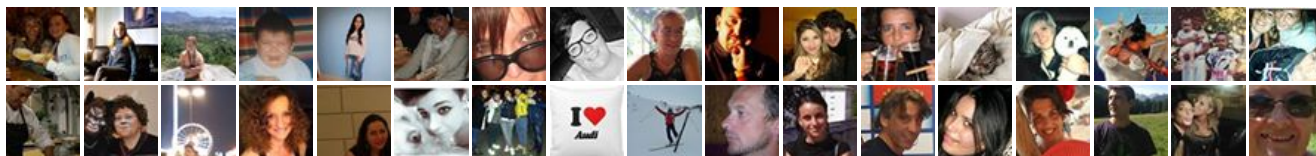
- **Acquisition:** la capacità da parte dell'azienda di acquisire nuovi clienti.
- **Retention:** mantenere la quota di clienti acquisiti. Spesso si crede che il compito della fidelizzazione si limiti a questo aspetto, ma è una visione parziale.
- **Extention:** è l'aumento dei volumi di vendita grazie all'aumento di acquisition e retention e alla qualità del prodotto offerto.

Fidelizzare la clientela è mettere in atto una serie di processi (come: pubblicità, campagne sconto, circuiti con fidelity card, cataloghi premio, direct marketing) che comportano l'elargizione di vantaggi e benefici per il consumatore.

Offrire un vantaggio, è la chiave per invogliare il cliente a ritornare, a ripetere l'acquisto e ad aumentare la sua spesa. Offrire un beneficio al proprio cliente è stimolarlo ad avere fiducia nelle nostre azioni.

La fidelizzazione del cliente è un processo che si genera nel tempo, una volta solidificato è difficile da scindere, ma è necessario lavorare molto per ottenerlo. La fidelizzazione tra azienda e cliente è paragonabile al rapporto di fiducia che intercorre tra due persone: una volta che si genera una connessione empatica è difficile scioglierla, ma, allo stesso modo, è necessario spendersi in prima persona per ottenerla.

Cardunity piace a 4.490 persone.



BERGAMO

Via Rotonda dei Mille, 1
24122 BERGAMO

TELEFONO. +39 035 4284453

FAX +39 035 5785034

E-MAIL info@cardunity.it

LINK

Chi siamo
Dedicato a chi vende
Dedicato a chi acquista
La fidelizzazione
Lavora con noi

SEGUICI ANCHE SU

