

Marketing Automation e Digital CRM

PROGRAMMA: Avere una nozione di cosa significa fare Marketing Automation, la gestione del lead, la lead generation e la lead nurturing. Il vantaggio di integrare il digital CRM con la Marketing Automation il passaggio da Lead a Prospect fino ad arrivare al Cliente e alla sua fidelizzazione.

OBIETTIVI: Comprendere i vantaggi della Marketing Automation, saper comunicare correttamente nel mondo digital per fare lead generation e lead nurturing. Individuare il potenziale Cliente e trasformarlo in Cliente fidelizzato.

ARGOMENTI:

- Cos'è la Marketing Automation e quali sono le sue potenzialità
- I principali processi della marketing automation la necessità di individuare il proprio target, segmentarlo e profilarlo fino al Buyer Persona
- Lead generation, Lead Nurturing e Potenziale Cliente
- La gestione del potenziale Cliente, la gestione della trattativa e la conversione a Cliente fidelizzato.

