

Seminario

L'INGEGNERE, I CLIENTI E IL MERCATO

**Fornire servizi vincenti puntando sui vantaggi,
sul valore e sui benefici per il cliente**

presso MIB School of Management – aula Generali

L.go Caduti di Nasiriya n. 1 – Trieste

Venerdì 9 ottobre 2015 dalle 14:30 alle 19:00

CREDITI FORMATIVI ATTRIBUIBILI: **4** CFP

(crediti formativi professionali per ingegneri)

Il Seminario fornisce modelli e spunti pratici affinché le competenze tecniche dell'ingegnere siano anche accompagnate da competenze in grado di soddisfare sempre più i propri clienti, riconoscerli, fidelizzarli a partire dai bisogni e dalle motivazioni, non solo razionali ma anche emozionali e di aspettative personali alla base delle richieste dei clienti stessi. I clienti fidelizzati e soddisfatti sono "un passaparola" commerciale fondamentale per l'ingegnere. I clienti insoddisfatti parlano di più "in giro", quelli soddisfatti meno. Lavorare sui vantaggi, sul valore e sui benefici che ricava il cliente dalle prestazioni professionali dell'ingegnere è uno degli obiettivi rilevanti del Seminario, a vantaggio del proprio business e della reciproca soddisfazione.

DOCENTE

dott. Paolo Fusari, Psicologo del lavoro e delle organizzazioni, già Presidente dell'Ordine degli Psicologi del Friuli Venezia Giulia, da anni si occupa di consulenza e di formazione organizzativa per aziende ed enti pubblici e privati a livello regionale e nazionale. In particolare si interessa di comportamenti organizzativi, customer satisfaction, relationship, stress lavoro correlato.

Il docente ha tenuto anche il seminario "Il marketing one-to-one" per l'Ordine degli Ingegneri di Trieste il 22 gennaio 2015.

MODALITA' DI ISCRIZIONE

Le iscrizioni vanno effettuate **esclusivamente** on-line all'indirizzo:
<http://ordineingegneri.ts.it/ing-clienti-mercato/>

L'iscrizione si intende formalizzata con la compilazione del modulo.

Il seminario viene avviato qualora, alla data del 2 ottobre 2015, siano state raggiunte almeno 25 iscrizioni.

Eventuali disdette vanno comunicate entro e non oltre tale data.

La mancata partecipazione al seminario senza aver comunicato entro il predetto termine la propria disdetta comporta in ogni caso l'addebito della quota di iscrizione.

Numero massimo iscritti: 60 persone

Quote di iscrizione:

euro 60,00 (IVA compresa)	per ingegneri neo-iscritti
euro 70,00 (IVA compresa)	per gli ingegneri
euro 80,00 (IVA compresa)	per gli altri professionisti

Il bonifico va effettuato solo a seguito della ricezione della comunicazione di avvio del seminario.

Il pagamento va poi eseguito entro il giorno 8 ottobre 2015 sul c/c dedicato alla formazione, intestato a Ordine degli Ingegneri.

IBAN: IT41 T088 7702 2000 0000 0341662

Causale "cognome e nome" SEMINARIO MERCATO

Si richiede di inviare una ricevuta di pagamento via e-mail a:
formazione@ordineingegneri.ts.it

Presentazione

Da tempo ormai non vale più il detto *“Perso un cliente ne arriva un altro”*. Anzi da tempo viene riconosciuto il modello della *“Piramide rovesciata”*, ossia partire dal cliente. In un contesto di mercato ristretto, di competizione e di alta specializzazione, l'ingegnere deve essere sempre più in grado di ricercare, attirare, fidelizzare e trattenere i suoi clienti, siano pubblici o privati. In primo luogo deve essere capace di saper presentare le proprie prestazioni/servizi anche a partire dal marchio/logo che contraddistingue il suo studio o la sua azienda. Inoltre deve conoscere come si articola il ciclo della customer satisfaction per comprendere gli antecedenti che spingono il cliente a rivolgersi ad un professionista. Deve allenarsi a individuare quali sono i bisogni e le motivazioni del cliente, non solo quelli razionali e oggettivi ma anche quelli più soggettivi e personalizzati. La carta vincente oggi, per un professionista come l'ingegnere, è quella di saper presentare i propri servizi e offerte ai clienti trasformando le caratteristiche tecniche delle proprie prestazioni anche in vantaggi tangibili, concreti e riconoscibili dal cliente, soprattutto rispetto alle attese dei clienti stessi.

Metodologie didattiche

Il Seminario si svolge con una metodologia di formazione interattiva e dinamica, oltre ad ascoltare si propongono delle esercitazioni pratiche in plenaria sugli argomenti trattati. In particolare sul riconoscimento delle caratteristiche di un servizio, sul ciclo della soddisfazione del cliente, sui fattori di soddisfazione, di insoddisfazione e sugli standard di qualità. Come presentare un servizio/prodotto partendo dai vantaggi per il cliente, come riconoscere i bisogni non solo razionali del cliente e come saperli trasformare in vantaggi personalizzati, completano la parte pratica proposta durante il Seminario.

Programma

- 14.00 Registrazione partecipanti
- 14.15 Saluti e introduzione al seminario
- 14.30 **IL CLIENTE, IL SERVIZIO E IL PRODOTTO**
La *“Piramide rovesciata”*: il cliente in alto, il valore del marchio, prodotto e servizio, un servizio eccellente.
- 15.00 **LA CUSTOMER SATISFACTION**
Fidelizzazione e retention del cliente, il servizio *“atteso”*, il servizio *“erogato”* e il servizio *“percepito”*, il Ciclo del Servizio al cliente e i momenti della verità.
- 16.00 Pausa caffè
- 16.15 **LE CARATTERISTICHE E I VANTAGGI DI UN PRODOTTO/SERVIZIO**
Come presentare un prodotto/servizio, i vantaggi per il cliente, le sue motivazioni, i bisogni razionali e soggettivi.
- 17.45 **COME COGLIERE IL MOMENTO GIUSTO DEL CLIENTE E L'ARGOMENTARIO PERSONALIZZATO**
... e se il momento giusto non arriva?
- 18.30 Discussione
- 19.00 Conclusione dei lavori