

Inscreva-se
até 18 de Outubro
e obtenha
descontos

S training

Seminário Técnico

Luanda, 28,29,30 e 31 de Outubro - Hotel****

Estratégias e Ferramentas para a

FIDELIZAÇÃO E RETENÇÃO DE CLIENTES

Participe no Seminário e em 32 horas analise profundidade:

- **A Fidelização de Clientes e a Estratégia empresarial**
 - **Conhecer o Cliente:** a base de qualquer plano de fidelização
 - **As regras de ouro para desenhar e estabelecer um Plano de Fidelização** orientado à satisfação e à lealdade do Cliente
 - **Captação de novos Clientes:** ferramentas on e offline
 - **Estratégias, desenho e implementação de acções para Retenção e Recuperação** de Clientes
 - **Medir o Plano de Fidelização**
1. **Preços Especiais para Equipas** da mesma Empresa
 2. Importantes **descontos inscrevendo-se até 18 de Outubro**
 3. **Disponível em formato à Medida**

Inscreva-se Já em

www.sapientzia.com contacto@sapientzia.com

Telf.: 921018466

Estimado/a Profissional,

Um Cliente que nos compra apesar de ter uma maior oferta, que **nos considera a melhor opção para cobrir a sua necessidade, que nos recomenda**, que espera uma nova versão dos nossos produtos ou serviços. Quem não deseja que isto aconteça?

A realidade demonstra-nos que o **incremento da oferta dá cada vez menos oportunidades à fidelidade dos Clientes e conseguir, de diferentes modos**, que os Clientes de uma empresa lhe permaneçam fieis, não é fácil mas é possível!

Colocamos à sua disposição o programa mais completos sobre:

Fidelização e Retenção de Clientes

Luanda, 28,29,30 e 31 de Outubro de 2019

O **Seminário tem como objectivo facilitar aos profissionais as ferramentas para conseguir construir e manter uma relação sustentável com os seus Clientes.**

32 horas de formação onde aprenderá a:

- **desenhar um programa e desenvolver uma estratégia** para manter os seus Clientes fiéis à marca e à empresa.
- descobrir quais são e como utilizar as **técnicas on e offline para conhecer melhor os seus Clientes** e tirar o máximo partido da informação obtida
- **medir os resultados** de um plano de fidelização considerando tanto o investimento em suportes on como offline
- analisar a utilização das diferentes **ferramentas** on e offline de **captação de novos Clientes**
- reconhecer actividades e **estratégias de retenção e recuperação de Clientes**

Com a confiança de que vai querer reservar já o su lugar, despedimo-nos com os melhores cumprimentos

A Direcção

P.S. - Não perca esta oportunidade e inscreva-se quanto antes!

Fidelização de Clientes e Estratégia empresarial

- O que é fidelizar: aproximação ao conceito de fidelização de Clientes
- Tendências actuais e panorama dos programas de fidelização no mercado global
- Fidelização vs Engagement: mais além da fidelização, a relação do Cliente com a marca
- Do marketing directo à fidelidade: a sensibilidade da marca
- Fundamentos do Marketing relacional aplicados ao conceito de fidelização: como passar da estratégia ao desenho e arranque de uma ferramenta de fidelização
- A implicação da empresa na fidelização de Clientes: como comunicar o plano de Fidelização

Conhecer o Cliente, a base do Plano de Fidelização

- Identificação, qualificação e segmentação de Clientes: conhecendo as suas necessidades, comportamento e expectativas
 - a situação económica afectou o comportamento dos nossos Clientes?
 - Onde estão os Clientes? Online ou offline?
 - Surgiram novos Clientes com os processos de crescimento da empresa? Como conhecê-los?
 - Que diferenças existem no seu padrão de comportamento? O que exigem da marca/empresa?
- Ferramentas tradicionais para ouvir e conhecer o Cliente
- Ferramentas offline para conhecer o Cliente
- Como diferenciar o Cliente online do Cliente offline

- Tácticas de aproximação do Cliente offline à internet
- Novos canais de conhecimento do Cliente: como obter informação dos consumidores, Clientes, utilizadores, canais, stakeholders e diferentes públicos de interesse através dos suportes online

Plano de Fidelização e regras de ouro para desenhar um Plano orientado à satisfação e lealdade do Cliente

- O primeiro passo: estabelecer os objectivos
 - o O que é que a empresa espera do Plano de Fidelização?
 - o O que vamos dar aos Clientes?
- A estrutura do Plano de Fidelização: elementos a considerar em fase de desenho
 - o Programas de recompensa, programas de prescrição e desenho de acções para oferecer valor acrescentado
 - o Programas de seguimento do Cliente para aumentar cross selling e up selling
- O contexto digital: integrar o plano de fidelização nas redes sociais?
 - o Blogs, fóruns, podcasts, vídeos, comunidades digitais, redes sociais
 - o Alternativas de uso e aplicação para fidelizar o Cliente

Captação de novos Clientes: análise e usos de ferramentas on e offline

- Identificação de potenciais Clientes: busca de novos Clientes
- Análise de Cliente potencial: qualidades, desejos, necessidades
- Detecção de potenciais concorrentes: quem são e que canais usam
- Meios on e offline para captação de Clientes
- O custo da captação de Clientes por canal:
 - o Definição e medida do valor de cada novo Cliente

- o Custo da captação por meios online
- o Custo de captação por meios offline

Retenção e Recuperação de Clientes: estratégia, desenho e implementação de acções

- O desenho da política de retenção: pontos-chave, operações, erros mais frequentes e estratégias on e offline
- Recuperação de Clientes:
 - o o plano de recuperação de Clientes: elementos-chave e critérios de rentabilidade
- Actividades:
 - o desenho do plano de retenção
 - o desenho de uma estratégia de recuperação de abandonos
 - o perda de Clientes relacionados com Valores de marca e Responsabilidade Social Corporativa

Como medir o Plano de Fidelização

- Como estabelecer uma conta de exploração e de ROI sobre um programa de fidelização
 - o Cálculo do ROI
 - o Definição de estratégias para a melhoria de resultados
- Cálculo do ciclo de vida e do valor do Cliente
- Planificação e controlo dos custos do programa de fidelização
- Análise de resultados do investimento em suportes digitais:
 - o Ferramentas de medição: DartMail, Google AdSense, Google Analytics, Adwords, Omniture, Nedstat

- o Técnicas de pré-teste de canais e meios e formatos. Comparação de resultados
- o Como medir a satisfação como critério de êxito do plano de fidelização: o plano satisfaz as necessidades do Cliente

Especialmente desenvolvido para:

- Profissionais da área de Marketing com necessidade de uma formação extra sobre Fidelização e Retenção de Clientes
- Administradores, Directores Gerais, Gerentes
- Responsáveis de área e de Unidades de Negócio, Divisões e/ou filiais sem especialização em Marketing e que necessitem obter uma visão específica sobre Fidelização
- Senior Managers com necessidade de aprender as estratégias mais actuais em Fidelização e Retenção de Clientes
- Consultores e Assessores de Marketing e Atenção ao Cliente
 - o De entidades públicas e privadas

Horário

- Os Assistentes são recebidos no 1º dia às 8h00
- Seminário tem início às 8h30, terminando às 17h00.
- Almoço servido das 13h00 às 14h00.
- Coffee breaks servidos às 10h30 e às 15:30

As bases da Formação S-Training

Os Seminários de S-Training brindam-lhe uma oportunidade única para o desenvolvimento das competências necessárias para a rentabilização máxima do seu trabalho diário. Por esse motivo baseamo-nos nos seguintes princípios:

Temas Pertinentes e de Aplicação Prática e Imediata

Todos os conteúdos desenvolvidos por S-Training têm como base uma completa investigação das necessidades reais e quotidianas das organizações e pretendem fornecer-lhe as ferramentas necessárias para tornar mais produtivo e eficiente o seu trabalho diário. Todos os conhecimentos adquiridos podem ser de imediato postos em prática porque se passa do plano conceptual ao plano prático e operacional através dos exercícios, análises de caso, simulações.

Participação e Interactividade

É imprescindível que todos os assistentes participem de forma activa e positiva, criando a base da interactividade.

Networking

É importante conhecer profissionais com as mesmas necessidades e com experiências diferentes. Os Seminários S-Training são uma excelente oportunidade.

Recursos Pedagógicos de alto Impacto

As sessões de S-Training minimizam o método expositivo de conhecimento em detrimento do método vivencial, da aprendizagem através da experiência própria e partilhada. Por esse motivo muitas das sessões se baseiam em autoscopias, role-plays, simulações, análise de casos reais e trabalhos de grupo.

Continuidade

Acreditamos que a Formação não pode ser uma coisa isolada e por isso propomos e Elaboração de Planos de Acção Individuais, onde se traçam e definem atitudes e compromissos a assumir.

Formadores de Referência

Entendemos que a melhor formação só pode ser ministrada pelos melhores Formadores em cada área e por esse motivo seleccionamos os melhores Especialistas seguindo rigorosos critérios de Qualidade. Todos os Colaboradores de S-Training têm sólidos conhecimentos sobre os temas a tratar e uma experiência mínima de 15 anos que lhes permite abordar com exactidão qualquer tema relacionado com a Fidelização de Clientes

Reserve a sua Participação

www.sapientzia.com

contacto@sapientzia.com

921018466

Inscrição

Preço

Até 18 de Outubro

399.900 AKZ

Depois de 18 de Outubro

419.900 AKZ

O valor da inscrição inclui a documentação
almoços e os coffee breaks indicados no programa.



Data e lugar de celebração

Luanda, 28,29,30 e 31 de Outubro 2019 Hotel ****

Facturação

Belas- Benfica Rua 6 Travessa 4 - Luanda

S-Training oferece descontos especiais a empresas que inscrevam 2 ou mais pessoas no mesmo evento.

Para mais informação contactar 921018466

Certificado de Assistência

Será entregue no último dia do Seminário um certificado de assistência a todos os Participantes que o solicitem.

Cancelamento de Inscrições

O cancelamento de uma inscrição deve ser comunicado por escrito até 5 dias úteis antes do início do evento e ser-lhe-á restituído o valor da inscrição excepto 20%, referente a gastos administrativos. Depois deste período não será possível a devolução do valor pago. No entanto, S- Training admite uma substituição à presença da pessoa inscrita. Qualquer substituição deve ser notificada por escrito até 48 horas antes do início do Seminário.

A entrada no Seminário só é garantida se o pagamento da inscrição for efectuado antes da data de início do evento.