



PERSONE ED ORGANIZZAZIONI CHE CAMBIANO

Le nuove frontiere del relationship management nel retail

Giovedì 12 Luglio 2018

Dalle ore 9 alle ore 18

Milano, Hotel Michelangelo | Piazza Luigi di Savoia 6, Stazione Centrale

L'osservazione e l'analisi delle esperienze condotte a fianco dei nostri clienti ci suggeriscono quanto oggi sia determinante concepire l'organizzazione come un sistema vivente costantemente impegnato nella ricerca di relazioni sinergiche con i propri interlocutori di contesto. In un mercato turbolento, e per questo altamente incerto, la relazione rappresenta una leva estremamente delicata, ma allo stesso tempo decisiva, per permettere all'organizzazione di comunicare all'esterno il proprio valore aggiunto. Questo tema sembra essere ancora più caldo per le realtà che operano nel retail, le quali vivono un business che trova il suo focal point nella relazione con il cliente finale. Come si può lavorare "dietro le quinte" per alimentare costantemente questa relazione? Quale lavoro è richiesto oggi alle organizzazioni per maturare internamente una brand identity chiara e condivisa al punto di poter essere veicolata efficacemente sul mercato? Di quali strumenti può avvalersi chi è chiamato giornalmente a governare la relazione con il cliente? Su quali aspetti la formazione può incidere per migliorare le skills che caratterizzano il relationship management? L'incontro che proponiamo vuole costituire un momento di riflessione, confronto e condivisione rispetto a questi interrogativi sempre più rilevanti nello scenario attuale.

MERCATO, ORGANIZZAZIONE, TEAM, PERSONA

Per interrogarsi sulla relazione tra l'organizzazione ed i suoi interlocutori di contesto, occorre innanzitutto indagare quali interazioni sono sottese a questa dinamica. Il modo in cui l'organizzazione si pone sul mercato è infatti determinato dalle sue dinamiche interne: come interagiscono le funzioni aziendali? Cosa accade a livello di team? Come le persone vivono la propria esperienza di lavoro? Crediamo che nelle zone di confine tra i quattro livelli individuati (mercato, organizzazione, team, persona) si giochino "partite" determinanti ai fini di un relationship management consapevole ed in grado di assicurare la sostenibilità a lungo termine.

IL FOCUS SUL RETAIL

Cosa significa oggi fare relationship management nel settore retail? Dal nostro osservatorio, crediamo che il progressivo avanzare del digitale e dell'e-commerce non sviscisi, ma semplicemente cambi modo, senso e valore della relazione con il cliente. Le organizzazioni devono probabilmente ripensare, in tutto o in parte, le proprie logiche di approccio al cliente, ma la cura per la persona, cliente esterno o interno che sia, deve rimanere un fondamentale asset su cui fondare la strategia. In tal senso, sollecitare lo sviluppo delle proprie risorse significa infatti avere un'organizzazione più sensibile agli input del mercato e per questo in grado di cambiare costantemente, come oggi è richiesto, secondo un approccio proattivo e non solo reattivo.

CONSIGLIATO A

Imprenditori, Direttori Generali, HR Manager, Retail Manager, Area Manager, Store Manager.

Faculty Franca DALLARA

Quota di partecipazione euro 80,00 + iva

In caso di iscrizione entro il 27 giugno è previsto uno sconto del 20%, entro il 4 luglio uno sconto del 10%

CONSVIP

Viale Andrea Doria 3 | 20124 Milano

Ph. +39. 02 40043006 | www.consvip.org | marketing@consvip.org