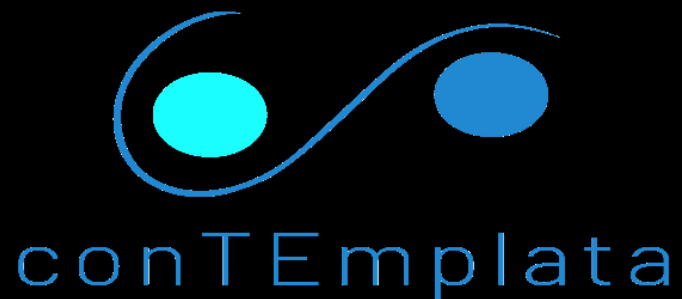




La gestione del proprio portafoglio clienti

Strategie e suggerimenti pratici



A cura di

Fabrizio Crespi, Università Cattolica di Milano e Università
eCampus

fabrizio.crespi@unicatt.it

www.linkedin.com/in/fabrizio-crespi-26476b175

www.contemplata.it

[https://www.youtube.com/channel/UCIKNIIsanAMKdUD3g
MT020w](https://www.youtube.com/channel/UCIKNIIsanAMKdUD3gMT020w)

<https://www.facebook.com/contemplata.it>



AGENDA

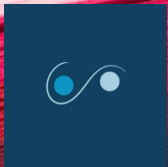
I vostri clienti: chi sono e perché sono vostri clienti

Analisi del proprio portafoglio clienti: criticità e opportunità

Strategie di sviluppo del portafoglio clienti

Aspetti emotivi e psicologici che limitano lo sviluppo





I vostri clienti: chi sono e perché sono vostri clienti



Fatti una domanda e datti una risposta



- Vi ricordate chi è stato il vostro primo cliente?
- Come avete conosciuto poi gli altri clienti?
- Ci sono delle caratteristiche specifiche che accumulano i vostri clienti (o dei gruppi di clienti) sia di tipo finanziario che di tipo umano/caratteriale?
- Come avete sviluppato nel corso del tempo la vostra clientela? Su quali aspetti avete puntato?
- Quali leve e quali strategie avete utilizzato finora?

La segmentazione dei clienti



Che cos'è un segmento di mercato e perché si cerca di identificare segmenti di clienti?



Perché alcuni segmenti rappresentano clienti potenzialmente migliori di altri!!!



Iniziate con il chiedervi: chi potrebbe usufruire vantaggiosamente dei vostri servizi???



Come si segmentano i clienti? Alcuni suggerimenti

- Segmentazione demografia
- Segmentazione geografia
- Settore economico di appartenenza
- Per conto di chi acquistano, storia di acquisto
- Situazioni identificabili
- Caratteristiche personali (psicografia)