

Marketing relazionale e fidelizzazione: il cliente al centro

Percorso formativo per sviluppare marketing relazionale, fidelizzazione clienti, CRM, ascolto attivo, customer value, corporate reputation e acquisizione nuovi clienti.

Corporate Identity e Brand Management

Percorso formativo per sviluppare Corporate Identity, Brand Management, coerenza comunicativa, riconoscibilità, valore percepito e gestione del brand.