

SYLLABUS

Strategie di Customer Engagement e Loyalty

1. INFORMAZIONI GENERALI

Insegnamento	Strategie di Customer Engagement e Loyalty
SSD	SECS-P/08 (Economia e Gestione delle Imprese)
Master di Appartenenza	Wellness Management
Prerequisiti	Nessuno

2. DESCRIZIONE DEL MODULO

Abstract

Questo modulo trasforma l'approccio alla gestione dell'utente, andando oltre la dimensione puramente transazionale per costruire relazioni profonde, fiduciarie e durature. Verrà analizzato l'intero Customer Lifecycle: dalle strategie di attrazione e posizionamento (Attraction), alle tecniche operative per incrementare la Retention, fino ai metodi per massimizzare il valore della relazione utente-struttura. L'obiettivo è fornire un framework strategico e operativo per mappare la customer journey e progettare esperienze memorabili in grado di trainare la redditività delle strutture ricettive in ambito Wellness.

Obiettivi formativi

Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di:

- Sviluppare e implementare strategie di attrazione mirate a intercettare il target ideale di clienti.
- Mappare la Customer Journey, individuando e ottimizzando tutti i touchpoint critici tra cliente e brand.
- Progettare ed eseguire programmi di fidelizzazione (loyalty programs) personalizzati e basati sulla motivazione dell'utente.
- Integrare i dati del cliente per personalizzare l'esperienza e anticipare le sue esigenze di benessere.
- Applicare tecniche di upselling e cross-selling per incrementare la spesa secondaria e il valore medio del cliente.
- Gestire e capitalizzare i feedback dei clienti, convertendoli in costanti miglioramenti dei servizi erogati.

3. PROGRAMMA SOTTOMODULI

Sottomodulo	Descrizione	Docente
Strategie di Acquisizione del Cliente (Attraction)	Analisi dei canali commerciali e dei messaggi più efficaci per intercettare e attrarre nuovi clienti target nel settore del wellness e dell'ospitalità di lusso.	<i>In cura a Docenti Unibo</i>
Mappatura della Customer Journey per Ottimizzare l'Esperienza	Tecniche pratiche per disegnare il viaggio del cliente, identificando i momenti di attrito e i picchi emotivi utili a generare un servizio memorabile.	Team CX Technogym
La Strategia di Fidelizzazione del Cliente (Retention)	Studio dei fattori neurobiologici e psicologici che governano la fedeltà del cliente, con strategie operative per abbattere il tasso di abbandono (churn rate).	<i>In cura a Docenti Unibo</i>
Personalizzazione dell'Esperienza Cliente tramite i Dati	Come segmentare l'utenza attraverso l'analisi dei dati demografici, fisici e comportamentali per proporre soluzioni di benessere altamente pertinenti.	Team CX Technogym
Leve Strategiche per Incrementare la Spesa Secondaria	Modelli di offerta e tecniche di vendita assistita per ottimizzare l'acquisto di servizi ancillari, prodotti nutrizionali, personal training e trattamenti spa.	Team CX Technogym
Utilizzo del CRM come Strumento di Engagement	Metodologie pratiche per sfruttare il CRM aziendale nell'automazione di messaggi, comunicazioni di compleanno, reminder di allenamento e campagne di riattivazione.	Team CX Technogym
Strategie di Acquisizione del Cliente (Attraction)	Analisi dei canali commerciali e dei messaggi più efficaci per intercettare e attrarre nuovi clienti target nel settore del wellness e dell'ospitalità di lusso.	Team CX Technogym

I contenuti del presente syllabus (inclusi sottomoduli, materie, docenti) hanno valore puramente indicativo e possono essere soggetti a modifiche o variazioni in qualsiasi momento ad esclusiva discrezione della Direzione, in base a esigenze didattiche o organizzative