

סדנת ניהול בכיר:

“Customer Stickiness” ככלי ליצירת ערך עבור הפירמה

יום א'-יום ב', 29-30 במרץ 2009, 9:00-17:00

קמפוס המרכז הבינתחומי, רח' כנפי נשרים, הרצליה

אין ספק כי נאמנות לקוח מייצרת ערך מיידי וארוך טווח עבור פירמות. בחברות רבות עדין קיימת התפיסה כי הדרך ליצירת נאמנות לקוח עוברת ישירות דרך שביעות רצונו. הנתונים האמפיריים סותרים הנחה זו ומראים כי הקשר בין שביעות רצון לנאמנות הוא חלש אם הוא קיים בכלל. אז מה כן יכול ליצור נאמנות לקוח? אנו ננסה לענות על שאלה זו ע"י הצגת רעיון ה-“דביקות” (Stickiness). דביקות לקוח היא כל מה שיווצר מחסומי מעבר לחברות אחרות. מחסומים אלה יכולים להיות חוזיים, חווייתיים, רגשיים ו/או כלכליים וכמו כן יכולים להיות חיוביים או שליליים לגבי הטווח הארוך. מושגים אלה ינותחו, יובהרו ויומחשו במהלך הסדנה.

מרצים: ד"ר **אייל מעוז**, מומחה לאסטרטגיה שיווקית, ראש התוכנית לתואר שני בקריה האקדמית אונו | גב' **איריס בק**, מנכ"ל מקאן אריסון, לשעבר סמנכ"ל שיווק פרטנר | גב' **נעמה גת**, סמנכ"ל שיווק בנק מזרחי טפחות | מר **אבי שומר**, מנכ"ל צומת ספרים ומרצים אורחים נוספים.

קהל יעד: מנכ"לים, מנהלי שיווק, מנהלי מחלקת לקוחות, מנהלי אסטרטגיה, מנהלי פיתוח עסקי, מנהלי מותג, יועצי תקשורת ויחסי ציבור, מנהלי שירות ומכירות.

**“Quality in a service or product is not what you put into it.
It is what the client or customer gets out of it.” Peter Drucker**

עלות הסדנה: 4,900 ₪ + מע"מ

להרשמה ופרטים: היחידה להכשרת מנהלים, המרכז הבינתחומי הרצליה | טל. 09-9602777, 09-9527320

פקס. 09-9527619 | www.idc.ac.il/executiveeducation | execed@idc.ac.il

רווחי היחידה להכשרת מנהלים מיועדים לתמיכה בחזון ובמטרות המרכז הבינתחומי