

Engagement, le tecniche per gli agenti ?? di Silvia Becattini

Descrizione

TAG: Business, Agenti di commercio, Brand, Customer Engagement, Engagement, Marketing

La professione dell'agente di commercio richiede senza dubbio skills specifiche, eccone alcune:

avere spiccato spirito commerciale, per raggiungere gli obiettivi di vendita, saper gestire e sviluppare un portfolio clienti, ottime capacit  relazionali, conoscenza del mercato.

Le caratteristiche appena elencate sono solo alcune tra le pi  importanti da possedere per svolgere al meglio il ruolo di agente di commercio. Tutto ci  per  non basta: serve costruire **relazioni, connessioni**. Per questo, nel campo del marketing si parla di **engagement**.

Per **engagement** si intende la necessit  di creare una **relazione**, una connessione profonda con i propri clienti che ne orienti nel tempo le decisioni di acquisto, le interazioni, le diverse forme di partecipazione e coinvolgimento con il brand.

Fonte: [Inside Marketing](#)

Stando alla definizione quindi, l'agente di commercio pu  svolgere il ruolo di "ponte" tra il brand/l'azienda e il cliente, promuovendo i suoi prodotti. In ogni caso, non si pu  parlare di engagement *tout court*, perch  ogni relazione tra brand e cliente   basata sulla specificit  dei prodotti o servizi che l'azienda offre e al suo target di riferimento.

Il customer engagement

Oggi, le aziende puntano molto sul **customer engagement**. Proprio perch  oggi il fattore esperienziale risulta pi  importante rispetto ai beni o servizi che si acquistano, gli utenti assumo un ruolo attivo e non pi  passivo come succedeva in precedenza. Ma come si pu  definire il customer engagement? Tradotto letteralmente significa coinvolgimento del cliente.

Il **customer engagement** rappresenta la necessit  e la volont  di creare una **relazione con i propri clienti**, che sia in grado di orientarne le decisioni di acquisto, le interazioni e le diverse forme di connessione e coinvolgimento con il brand.

Fonte: [Selligent Marketing Cloud](#)

Si tratta di un processo che va oltre la vendita ed   mirato a creare una relazione di fiducia e coinvolgimento del cliente attraverso vari canali. Alcuni esempi possono essere la creazione di programmi fedelt , la possibilit  di personalizzare un prodotto, come ha fatto Coca Cola nel 2014 con la campagna in cui ha stampato i nomi pi  comuni delle persone. Lanci  inoltre eventi in tutto il mondo, dando la possibilit  di ottenere la lattina con il proprio nome. Questo ha consentito al brand di venire condiviso con ogni mezzo e di rafforzare la relazione col consumatore.

Il rapporto tra chi vende e chi compra diventa quindi interattivo. L'agente di commercio, forte delle sue capacità relazionali e del suo spirito commerciale, può sperimentare nuovi approcci con i clienti, mirati al rafforzare la fiducia per il marchio.

Immagine di copertina: [Affari foto creata da jannoon028 su it.freepik.com](#)

Hits: 0

L'articolo [Engagement, le tecniche per gli agenti](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

19 Giugno 2021

Autore

default watermark