

## 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 spirto commerciale, per raggiungere gli obiettivi di vendita, saper gestire e sviluppare un portfolio clienti, ottime capacità relazionali, conoscenza del mercato.

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

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

Fonte: [Inside Marketing](#)

Stando alla definizione quindi, l'agente di commercio può svolgere il ruolo di ponte tra il brand/azienda e il cliente, promuovendo i suoi prodotti. In ogni caso, non si può parlare di engagement *tout court*, perché ogni relazione tra brand e cliente è basata sulla specificità 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 perché oggi il fattore esperienziale risulta più importante rispetto ai beni o servizi che si acquistano, gli utenti assumono un ruolo attivo e non più passivo come succedeva in precedenza. Ma come si può definire il customer engagement? Tradotto letteralmente significa coinvolgimento del cliente.

Il **customer engagement** rappresenta la necessità e la volontà 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 è mirato a creare una relazione di fiducia e coinvolgimento del cliente attraverso vari canali. Alcuni esempi possono essere la creazione di programmi fedeltà, la possibilità di personalizzare un prodotto, come ha fatto Coca Cola nel 2014 con la campagna in cui ha stampato i nomi più comuni delle persone. Lanzò inoltre eventi in tutto il mondo, dando la possibilità 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 janno028 © it.freepik.com](https://www.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*