

MARKETING

Giuseppe Chionetti

IL NUOVO TELEMARKETING

MANUALE PRATICO

4^a
edizione



Le tecniche di comunicazione
Esercizi e consigli pratici
Organizzazione del lavoro e report
Schede di valutazione
Dizionario del Senso di Autostima

EDIZIONI
FAG
MILANO



Questo manuale dal taglio operativo è rivolto alle imprese, agli studi professionali e alle agenzie di servizio che considerano il rapporto personalizzato e professionale con il cliente un valore aggiunto e un vantaggio competitivo sul mercato.

Di facile lettura, con numerosi esempi ed esercizi pratici, illustra in modo concreto come far diventare il telefono il mezzo che senza (elevati) costi aggiuntivi, può rafforzare il legame con i clienti fedeli, stimolare quelli tiepidi, recuperare quelli dispersi, individuare, avvicinare e conquistare quelli potenziali.

Dalla lettura di questo volume si apprenderanno tutte le **tecniche** per impiegare il telefono al fine di far percepire una positiva immagine aziendale, vendere in modo convincente; trasformare i reclami in opportunità; misurare e migliorare la soddisfazione della clientela; migliorare i flussi di cassa sollecitando i pagamenti.

Il manuale è sicuramente indicato anche per la *front line* telefonica degli enti pubblici che sono orientati alla qualità dei servizi erogati e considerano gli "utenti" dei cittadini-clienti.

VOLUMI COLLEGATI FAG:

- Reti di vendita di *Antonio Ferrandina*
- Web Marketing di *Antonio Ferrandina*
- Marketing anti crisi di *Antonio Ferrandina*
- Il recupero crediti di *Gianpaolo Luzzi*

Edizioni FAG srl
via Garibaldi, 5 - 20090 Assago (Mi)
tel. 02 4885241 - email: fag@fag.it

www.fag.it

ISBN 978-88-8233-956-2



€ 25,00

9 788882 339562