



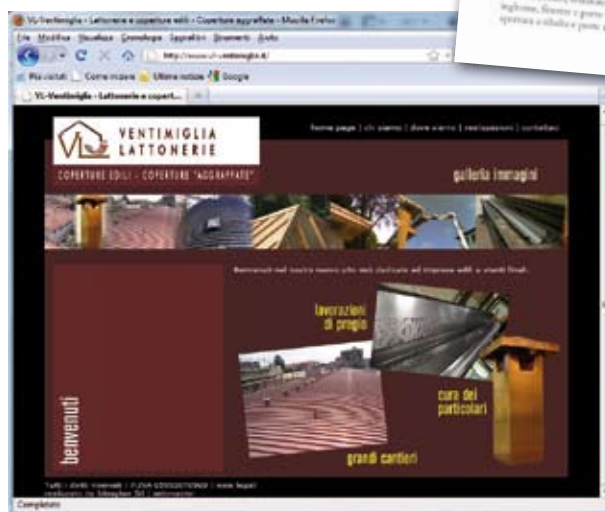
Questione di **EMPATIA**

L'ascolto e la capacità di interazione personale sono i punti di forza di Ideaplan. Per accompagnare in modo strategico il cliente al raggiungimento degli obiettivi

Il suo slogan è riassunto nell'acronimo AIDA, solido e irrinunciabile punto di partenza nella strategia di Ideaplan, brillante società di consulenza di marketing operativo e di comunicazione presente sul mercato ormai da svariati anni. "Nei rapporti con i clienti, sottolinea Stefano Bertani, amministratore delegato della società, privilegiamo sempre la fase dell'ascolto e del reciproco coinvolgimento personale, facendo leva su quattro fattori chiave, riassunti nell'acronimo: suscitare un'Attenzione, generare un Interesse, stimolare un Desiderio e provocare un'Azione. Quattro step che caratterizzano tutti i nostri progetti di consulenza e che costituiscono la nostra tipicità, un valore unico capace di tradursi in un rapporto continuativo di fidelizzazione del cliente. Ma che contemporaneamente diventano parte integrante dell'approccio che il cliente deve mantenere con i propri target".

A FIANCO DEL CLIENTE

"Non ci proponiamo come fornitori di uno o più servizi. Con un'impostazione un po' diversa rispetto alle altre so-



cietà di consulenza, continua Bertani, ci identifichiamo con il nostro cliente, 'indossando' i suoi panni e guardando la realtà del mercato con i suoi occhi, senza perdere però la condizione privilegiata che solo una visione esterna può garantire e dalla quale scaturisce un percorso di consulenza graduale e studiato sulle reali necessità del cliente".

FORMAZIONE, SUPPORTO E WEB MARKETING

Conoscendo a fondo le problematiche del settore delle costruzioni, Ideaplan è in grado di formulare programmi completi di formazione di marketing, vendite, comunicazione, qualificazione e ag-

giornamento professionale. Nell'ottica della formulazione personalizzata del servizio, è pronta però anche a organizzare corsi ad hoc studiati per rispondere alle specificità del cliente. L'esperienza maturata nel settore informatico e elettronico, coniugata con il background creativo le consente poi di gestire in modo funzionale la progettazione e lo sviluppo di siti internet e di portali di forte impatto emozionale e commerciale. "La nostra sfida più originale, conclude Bertani, è concepire la rete di vendita come strumento di comunicazione: interveniamo sia in fase di sele-

zione del personale, sia nella formazione sul campo, con corsi base e avanzati, sia nello studio e nella realizzazione di strumenti di supporto al venditore. Ma ci spingiamo anche oltre: nel processo di identificazione con il cliente, qualora dovesse emergere che le logiche commerciali adottate fino a oggi necessitano di una svolta radicale, ci attiviamo per riconvertire le strategie e gli obiettivi delle reti di vendita, per migliorare i livelli di efficienza e redditività".

MC.

