

TRACCIA D'ESAME

TIPOLOGIA: C - individuazione, predisposizione o descrizione delle fasi per la realizzazione di uno strumento informativo aziendale e /o di un servizio/prodotto

NUCLEI TEMATICI: **1)** analisi delle forme e dei modi della comunicazione aziendale finalizzata alla valorizzazione dell'immagine e della reputazione dell'azienda anche mediante l'utilizzo di sistemi di comunicazione integrata;

5) progettazione, realizzazione e gestione delle azioni per la fidelizzazione della clientela anche mediante l'utilizzo di tecnologie adeguate alla tipologia aziendale

individuare e descrivere....

L'azienda BioCosmetica srl con sede a Bologna intende valutare l'opportunità di accrescere l'immagine aziendale potenziando la loyalty al brand attraverso una campagna mirata legata alla distribuzione di fidelity card ai giovani clienti fascia età 18-25 anni. (GPDR ?, deontologia ed etica professionale? gestione trattamenti dati personali, cyber security)

Il candidato sulla base ed analisi dei documenti forniti individui e descriva le fasi per la realizzazione di un progetto di profilazione della clientela. Individui altresì gli step di valutazione economica o di efficacia della strategia aziendale (in tal caso sarebbero gli studenti che parlerebbero di configurazione di costo).

allegato 1

indagine ISTAT su tipologie di aziende che utilizzano le fidelity card