

Marketing di prodotto e sales management (120 ore)

Obiettivi: Il corso si propone di fornire ai partecipanti una preparazione specifica in ambito marketing, sia operativo che strategico e di sviluppare una comprensione integrata delle diverse tecniche disciplinari in riferimento al contesto business to consumer. L'acquisizione delle competenze sarà garantita da attività didattiche che favoriranno lo sviluppo di capacità analitiche, problem solving ed elaborazione di piani strategici. A completamento del percorso formativo i partecipanti saranno in grado di segmentare i mercati, di individuare i target di riferimento e gestire il posizionamento del prodotto/servizio. Inoltre, acquisteranno padronanza dei principali strumenti e canali del communication mix, nonché la capacità di applicare la conoscenza in marketing e comunicazione a concreti casi gestionali. La finalità ultima è quella di trasferire ai corsisti le competenze professionali necessarie per definire e implementare una strategia di comunicazione coerente con gli obiettivi di business dell'impresa.

Modulo 1 PRINCIPI DI COMUNICAZIONE(6h teoria - 6h pratica)

Che cosa è la comunicazione - Gli assiomi della comunicazione - Comunicazione verbale, non verbale e para-verbale - Modelli e funzioni della comunicazione - Comunicazione interna ed esterna - Comunicazione di impresa e problemsolving: modelli di riferimento - Leadership, team building e team working - Esercitazioni pratiche.

Modulo 2 ELEMENTI DI MARKETING (8h teoria - 8h pratica)

Che cosa è il marketing - Gli obiettivi di marketing - Mission, vision e valori - Il branding - Il marketing analitico - Analisi del mercato - Analisi della concorrenza - La domanda del mercato - Il marketing strategico - La Marca e il Posizionamento - Il target - Analisi del target - Identificazione del target - Identificazione dei bisogni del target - Il marketing operativo - Il product management - La gestione della vendita: scelta dei canali e degli strumenti - Il prezzo: le politiche di prezzo; l'elasticità della domanda - Communication mix: la comunicazione come generatore di valori immateriali - La leva promozionale: tipologie, finalità, regole gestionali - Il monitoraggio dei risultati - Esercitazioni pratiche

Modulo 3 WEB MARKETING (8h teoria - 8h pratica)

La comunicazione 2.0 - Il social media marketing: digital management - Motori di ricerca e posizionamento strategico (cenni SEO-SEM) - Esercitazioni pratiche.

Modulo 4 MARKETING NON CONVENZIONALE(6 h teoria - 6h pratica)

Viral marketing - Guerrilla marketing - Self marketing: la promozione di se stessi come impresa - Esercitazioni pratiche.

Modulo 5 CREARE UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA(6h teoria - 6h pratica)

Dal brief all'idea creativa: meccanismi e strumenti - La comunicazione visiva - Gli elementi di una campagna pubblicitaria - La copy strategy - La star strategy.

Modulo 6 LA GESTIONE DEL CLIENTE (6h teoria-6h pratica)

Abea S.r.l. con Unico Socio

Sede Legale Via B. Quaranta 47/A – 49 20139 Milano (MI)
Tel. +39 02 36587709 Fax +39 02 36587731 www.abeafor.it
C.F. P.IVA 05102840963 Cap. Soc. € 10.000 N°Rea 179745



Customer satisfaction - Customer service - Il concetto di loyalty - Identificazione del cliente - Analisi delle tipologie di cliente - La trattativa di vendita - Come sostenere le obiezioni del cliente - Come gestire i reclami - Esercitazioni pratiche.

Modulo 7 STRUMENTI DI RELAZIONI PUBBLICHE(8h teoria - 8h pratica)

L'ufficio stampa:tra comunicazione ed informazione - La conferenza stampa - La cartella stampa - Stesura di un comunicato stampa: pre e post evento - Rassegna stampa - Agenda setting e posizionamento nel mercato dei media - Esercitazioni pratiche.

Modulo 8 LE ANALISI DI MERCATO (4h teoria - 4h pratica)

I questionari - L'intervista one to one - I focus group - I blind test - Esercitazioni pratiche.

Modulo 9 DIRECT MARKETING (4h teoria - 4h pratica)

Principi di telemarketing (script e database) - Struttura della telefonata - Email marketing: creazione dei contenuti - Newsletter efficaci tra informazione e promozione - Esercitazioni pratiche.

Modulo 10 MODULI OBBLIGATORI (8 h teoria)

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria)

Diritti e Doveri dei Lavoratori in Somministrazione (4h teoria)