



Formazione in Strategia e Comunicazione Pubblicitaria

Obiettivi:

Il punto di partenza della Strategia pubblicitaria

Fornire strumenti pratici e teorici per ideare, sviluppare e comunicare strategie pubblicitarie efficaci, capaci di influenzare il comportamento d'acquisto e creare valore per il brand.

ARTICOLAZIONE DIDATTICA:

Il punto di partenza della Strategia pubblicitaria

Fornire strumenti pratici e teorici per ideare, sviluppare e comunicare strategie

pubblicitarie efficaci, capaci di influenzare il comportamento d'acquisto e creare valore per il brand.

1. Il linguaggio della Comunicazione Commerciale

La Pubblicità per non vendere solo il prodotto, ma un sogno che il cliente vuole vivere.

2. Comportamento d'acquisto e Campagna di comunicazione

Capire come pensa il consumatore è la chiave per guidarlo verso di te.

3. Messaggio pubblicitario

Un messaggio potente non solo informa, ma persuade, emoziona e conquista.

4. Bisogni e status

Teoria del consumo vistoso: le persone acquistano beni per status sociale.

5. Storytelling

Il racconto accattivante del viaggio dell'eroe.

6. Significato e uso dei colori

Un colore parla più di mille parole: scegli la tinta che accende emozioni.

7. I mezzi cartacei: giornali, cartelloni, brochure

La strategia di sedurre prima ancora di spiegare.



8. I mezzi digitali: dallo spot televisivo alla pubblicità in internet

Ogni secondo di comunicazione è un'occasione per essere ricordati

9. Comunicazione non verbale

Padroneggiare il non verbale diventa potere persuasivo