

BEST PRACTICE DI MARKETING. QUANDO TI ACCORGI CHE “FARE PUBBLICITÀ” NON BASTA PIÙ

OBIETTIVI

Se chiediamo in giro cosa significa fare marketing, l'associazione più frequente che viene evocata è “promuovere un prodotto o un servizio”. Sì, certo, fare marketing significa anche questo. Molti tuttavia iniziano a rendersi conto che la sola comunicazione non è più sufficiente ad avvicinare nuovi clienti. Il motivo? Semplice: senza un forte “perché”, senza un vantaggio immediato ed evidente, i clienti non vedono alcun buon motivo per richiedere informazioni. A meno che accettiamo di abbassare i prezzi al limite del tollerabile. Ma noi non vogliamo arrivare a tanto. Giusto?

DESTINATARI

Management, responsabili comunicazione e marketing, responsabili di progetti Web/Online e Social Media Key account Manager.

CONTENUTI

- Il Marketing Intelligence: comprendere il contesto del cliente per indirizzare la proposta ai suoi obiettivi di business
- Gli errori da evitare nell'approccio al cliente
- Un mercato, 4 tipi di clienti: quale è il vostro?
- Riconoscere i segnali deboli per intercettare i bisogni latenti
- La segmentazione del mercato
- I concorrenti ed il posizionamento del proprio prodotto/servizio
- Qualità erogata e qualità percepita: come colmare il gap
- La creazione del vantaggio competitivo:
 - la matrice Gain-Pain
 - le dimensioni psicologiche dell'acquisto
 - le leve temporali
 - l'acronimo I.L.C.A.S.O.
- La telefonata: superare il filtro e prendere l'appuntamento
- Il piano di comunicazione

DOCENTE

Stefano Donati – Svolge attività di consulenza e formazione in Marketing e Comunicazione. Collabora con numerose istituzioni, quali Università, Camere di Commercio ed Enti di formazione professionale. Scrive articoli di Marketing per riviste di settore e dal 2007 è “Esperto d'Area Qualifica Professionale” nelle aree marketing e vendite per il sistema di formalizzazione e certificazione delle competenze della regione Emilia Romagna.

DURATA

14 ore

numero 51

SEDI E DATE

PIACENZA, 27 giugno e 3 luglio

PARMA, 9 e 16 ottobre

RAVENNA, 28 gennaio e 4 febbraio

RIMINI, 17 e 24 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate