

IL MARKETING DEI FATTI: MARKETING MANAGEMENT (2GG)

Obiettivi del corso:

Verificare cosa significa applicare concretamente una logica di marketing per migliorare i risultati della propria azienda; acquisire le più efficaci e innovative tecniche e metodologie di marketing e costruire un quadro di insieme del marketing informativo, strategico ed operativo aziendale.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

IL MARKETING DEI FATTI: MARKETING MANAGEMENT (2gg)

- ✂ Che cosa è il marketing?
- ✂ L'evoluzione e gli sviluppi più recenti del marketing;
- ✂ I concetti chiave del marketing;
- ✂ Il marketing informativo, strategico ed operativo;
- ✂ Il marketing informativo: l'analisi dell'ambiente di marketing, l'analisi della concorrenza, le ricerche di marketing e il comportamento d'acquisto del Cliente;
- ✂ La segmentazione e la definizione degli obiettivi di marketing;
- ✂ I principi guida del marketing strategico: il posizionamento, il ciclo di vita del prodotto, le principali strategie di marketing;
- ✂ Lo sviluppo di un piano di marketing;

- ✦ Le 5 P del marketing: prodotto, prezzo, politica distributiva, pubblicità e promozione, personale;
 - ✦ Il controllo di marketing;
 - ✦ L'utilizzo di internet a supporto della propria strategia di marketing;
 - ✦ Analisi casi di successo;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-