

DIRECT MARKETING (2GG)

Obiettivi del corso:

Acquisire un quadro chiaro e completo degli strumenti e delle potenzialità del marketing diretto per aumentare le vendite e migliorare l'efficacia delle iniziative di marketing diretto della propria azienda.

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:

DIRECT MARKETING (2gg)

- ✂ Che cosa è il marketing diretto?
- ✂ I diversi strumenti di marketing diretto:
 - periodici e giornali;
 - televisione;
 - direct mail;
 - telemarketing;
 - internet: newsletter, e-mailing, etc.;
- ✂ Analisi costi / benefici dei diversi strumenti di marketing diretto;
- ✂ L'organizzazione e la gestione di un sistema efficace di marketing diretto;
- ✂ La gestione delle informazioni in un progetto di marketing diretto: il Data Base di Marketing;
- ✂ Le 6 caratteristiche del direct marketing: selettività, capillarità, personalizzazione, misurabilità, interattività, efficienza;

- ✦ La scelta del target;
 - ✦ La personalizzazione del messaggio;
 - ✦ Come stimolare la risposta del target per trasformarlo in Cliente;
 - ✦ La verifica dei risultati e le conseguenti modifiche al piano d'azione;
 - ✦ 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?
-