

IL PIANO DI MARKETING (2GG)

Obiettivi del corso:

Comprendere l'articolazione di un piano di marketing strategico ed operativo chiaro ed efficace e migliorare le proprie capacità di pianificazione di una strategia di marketing per la 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:

IL PIANO DI MARKETING (2gg)

- ✂ Il processo di pianificazione di marketing;
- ✂ Le 4 fasi di un piano di marketing: analisi, pianificazione, azione e controllo;
- ✂ Il sistema informativo di marketing;
- ✂ la fotografia della situazione attuale di marketing;
- ✂ L'analisi SWOT e dei problemi;
- ✂ L'analisi del mercato;
- ✂ L'analisi del prodotto / servizio;
- ✂ L'analisi della concorrenza;
- ✂ La determinazione degli obiettivi e delle strategie di marketing;

- ✦ Trasformare le informazioni raccolte in un piano d'azione;
 - ✦ Il piano prodotto / servizio;
 - ✦ Il piano di comunicazione;
 - ✦ La determinazione del prezzo;
 - ✦ Il piano distributivo;
 - ✦ Le previsioni di conto economico;
 - ✦ I sistemi di controllo;
 - ✦ Analisi esempi di piani di marketing reali;
 - ✦ 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?
-