

MARKETING E COMUNICAZIONE

DURATA: 30 ORE

PROGRAMMA DEL CORSO

1. FONDAMENTI DI MARKETING STRATEGICO E MARKETING MIX

- Elementi generali del Marketing applicato alla realizzazione di piani e progetti di sviluppo.
- Definizione di marketing strategico, marketing mix e marketing operativo.
- Analisi e strumenti della propria attività:
 - Mission, valori, obiettivi
 - Analisi SWOT
 - Studiare il mercato di riferimento
 - La profilazione del target
 - Il processo di segmentazione e posizionamento
 - Ciclo di vita;
 - Gli obiettivi d'impresa
 - Analisi degli strumenti da adottare
 - La strategia
 - Il budget
 - Capire il proprio mercato per posizionarlo nel mondo del web marketing
 - Esercitazioni

2. COMUNICAZIONE E MARKETING DIGITALE: STRATEGIE E STRUMENTI

- Il marketing e la comunicazione digitale.
- Il decalogo di un progetto di comunicazione in ottica di sviluppo.
- Lo scenario.
- Il posizionamento del prodotto/brand.
- La profilazione del target group.
- La relazione con gli stakeholder.
- Mettere in atto gli strumenti strategici.
- Gli obiettivi.

- **Il communication mix.**
- **La strategia media.**
- **L'integrazione degli strumenti di comunicazione online e offline.**
- **Il budget.**
- **Il marketing mix nell'era digitale: strategie e strumenti al servizio del customer journey.**
- **Esercitazioni**

3. LA COMUNICAZIONE

- **Il processo di comunicazione.**
- **La strategia di comunicazione.**
- **Identità e immagine.**
- **L'immagine coordinata.**
- **I contesti e il diverso linguaggio.**
- **Strumenti di comunicazione.**
- **Il messaggio.**
- **Il piano di comunicazione.**
- **La promozione e il direct marketing: aspetti generali e strumenti di lavoro.**
- **La comunicazione nei social network.**
- **Content communication.**
- **Esercitazioni**

4. PRESENZA DIGITALE: SITO, BLOG, E-COMMERCE

- **Siti, blog, app e social: Perché, dove e come esserci.**
 - **La gestione della reputazione digitale.**
 - **L'importanza di far coincidere la propria identità con la propria presenza digitale.**
 - **Interazioni i tra sito internet/blog/e-commerce e il mondo digitale .**
- **I Social: quali sono, a cosa possono servirci, come sceglierli e come essere presenti, il tono di voce e la riconoscibilità:**
 - **LinkedIn. Il biglietto da visita e il curriculum digitale.**
 - **Facebook, il colosso generalista: cosa metterci, come fare conversazione con i lettori e con quali strumenti gestirli.**

- **Instagram e il corretto funzionamento: lo sviluppo attraverso Influencer.**
- **Youtube, farsi conoscere e utilizzarlo come veicolo promozionale.**
- **Google my business: nuove opportunità di business.**
- **Whatsapp business differenze e utilità.**

5. MARKETING DIGITALE E 1-TO-1 MARKETING: NEWSLETTER, DEM, CUSTOMER CARE, SAMPLING, COUPONING

- **L'importanza di creare e mantenere relazioni 1to1 con i clienti.**
- **Big Data e attività di Retargeting.**
- **Come creare e gestire il database.**
- **E-mail marketing: le Newsletter e le DEM.**
- **Couponing e sampling: come incentivare l'acquisto e il riacquisto.**
- **Customer care digitale: e-mail, chat sul sito, chatbox e social media.**
- **Esercitazioni**

6. FUNNEL MARKETING

- **Cosa è e come funziona un funnel.**
- **Un nuovo modo di fare marketing online per acquisire nuovi clienti e aumentare fatturato.**
- **Obiettivi e strumenti.**
- **Piattaforme.**
- **Metodi per far funzionare il funnel.**
- **Integrazione con altri strumenti.**
- **Quando e come usare un funnel.**
- **Esercitazioni**

7. INCONTRO INDIVIDUALE ONE TO ONE (2 ORE)

- **Domande specifiche sul proprio business.**
- **Analisi dei risultati del lavoro svolto in aula.**
- **Aiuto per la costruzione del proprio progetto/business.**