CORSO FAD

Marketing strategico: un percorso per la definizione della strategia aziendale - FORMAZIONE A DISTANZA

INIZIO CORSO: **martedì 5 ottobre 2021**

DURATA: **12 ore**

ORARIO LEZIONI: dalle ore 20.00 alle ore 22.30

PREZZO: **219,60 € (180,00 € + IVA)**
FINANZIATO AL 100%

Panoramica corso:

La funzione del marketing definisce con l’alta Direzione le azioni da intraprendere e i prodotti/servizi da proporre sul mercato: assume, quindi, un ruolo sempre più strategico all'interno dell'azienda. Non si tratta più di utilizzare gli strumenti per conoscere, identificare, codificare i bisogni dei clienti e di rispondere ad essi con prodotti adeguati e coerentemente con gli obiettivi e le strategie aziendale.

Oggi la **funzione Marketing** ha acquisito un ruolo particolarmente ampio all'interno dell'organizzazione: **un ruolo molto diverso da quello rappresentato dall'idea che la funzione marketing sia costituita da pubblicità, promozioni e vendite.**

Calendario corso: martedì 5-12-19-26 ottobre 2 novembre 2021. L'ultima lezione si svolgerà dalle 20.00 alle 22.00.
Chiusura delle iscrizioni: martedì 28 settembre 2021.

Il corso sarà erogato in modalità formazione a distanza sincrona, ovvero tramite una classe virtuale in cui il docente e partecipanti comunicano in tempo reale ed interagiscono.

È possibile partecipare tramite PC, tablet, smartphone con connessione internet, microfono, uscita audio e webcam.

Sarà inviata prima di ogni lezione una mail con il link e il codice per partecipare al corso. Si prega gentilmente di inserire nella scheda di adesione la mail personale del partecipante al corso.

Obiettivi del corso:

Il corso ha l’obiettivo di evidenziare la funzione del marketing all’interno dell’organizzazione, ponendo in particolare rilievo le sue relazioni con le altre business unit e favorendo l'acquisizione delle competenze che consentano di individuare un modo unico e distintivo rispetto alla concorrenza per soddisfare i clienti, per comunicare in modo efficace e per promuovere i prodotti in modo redditizio.

Argomenti trattati:

Dall'orientamento al prodotto, all'orientamento al mercato, all'orientamento al cliente finale
• I concetti di strategia aziendale
• Ruolo e mission del marketing strategico all’interno dell’azienda
• Concetti base di strategia aziendale: la pianificazione strategica

Marketing strategico: conoscere e raggiungere il mercato fino al cliente finale

L’analisi dei mercati
• PESTEL analysis
• 5 forze competitive
• SWOT analysis

L'analisi del cliente:
• Segmentazione
• Individuazione del cliente target
• I suoi bisogni e gli attributi di valore che valuta mggiormente
• La curva del valore e la differenziazione dell’offerta

Dall'analisi di mercato alle scelte strategiche:
• Analisi di attrattività di mercato e di competitività dell’impresa
• Ciclo di vita di mercato
• Analisi SWOT e scelte d’orientamento strategico
• Differenziazione

Gestione del Brand
• Come creare un posizionamento distintivo e competitivo
• Creare una equity Brand

Creare un'offerta integrata
• Quali strategie di prodotto/servizio scegliere
• Le leve di marketing (5P)
• Come progettare e gestire il piano di marketing nella mappa della strategia
• Come sviluppare strategie di prezzo adeguate al target obiettivo

Comunicare valore:
• Quali strategie di comunicazione scegliere

Uno sguardo al futuro del Marketing
• Blue Ocean Strategy
• Experience Co-Creation
• Media e web nel futuro della comunicazione

Il costo del corso, del valore di € 219,60 è totalmente finanziato dall’Ente Bilaterale Settore Terziario della Provincia di Vicenza con il contributo della Camera di Commercio di Vicenza, previa verifica che l’azienda applichi integralmente i CCNL Terziario e Turismo e il Contratto Integrativo provinciale del terziario e sia in regola con i versamenti contributivi da almeno 18 mesi, riferiti a lavoratori full-time o part-time di almeno 20 ore settimanali.

Destinatari:

Product Manager, Brand Manager, quanti vogliono portare innovazione nel modo di fare business ed essere aggiornati sugli approcci più moderni al mercato, coloro che sono alla ricerca di un metodo e di strumenti per definire, organizzare e realizzare piani di marketing in linea con la strategia aziendale.