



**SEMPLIFICO**  
Acceleratore di soluzioni

## MARKETING & COMUNICAZIONE 4.0.

Oggi il modo in cui le aziende raggiungono i consumatori è drasticamente cambiato rispetto al passato: con lo sviluppo di internet e dei social network, il marketing è sempre più orientato ad elaborare strategie di comunicazione che sappiano costruire rapporti durevoli e significativi per, e con, il proprio target.

In un mercato incentrato sulla relazione, imparare a gestire dialoghi di valore con la tua clientela, sia on line che off line, diventa quindi un obiettivo strategico fondamentale. Attrarre stimolare coinvolgere sono le nuove parole d'ordine che imprenditori, manager e professionisti devono padroneggiare per convertire potenziali acquirenti in clienti affezionati. Ma servono le competenze giuste, gli strumenti adatti: navigare a vista, improvvisando, non serve a nulla.

### Se ti iscrivi a questo corso imparerai a:

- ✓ Comprendere le recenti evoluzioni del mercato e i nuovi bisogni dei consumatori 4.0.
- ✓ Creare efficaci strategie di marketing e comunicazione che diventino un volano per la crescita del fatturato aziendale e per il reperimento di nuovi clienti.
- ✓ Riconoscere ed identificare correttamente il proprio target di riferimento (Buyer Persona), per iniziare ad interagire in modo costante e duraturo con esso.
- ✓ Gestire in modo corretto la promozione di un prodotto / servizio, attraverso lo sviluppo di un piano di comunicazione basato sulla creazione di uno storytelling aziendale.
- ✓ Gestire in modo efficace e proficuo il rapporto con la clientela, sfruttando appieno le opportunità offerte dai nuovi media digitali (web, motori di ricerca, social media).

Oltre ad acquisire le necessarie nozioni teoriche, potrai sviluppare le tue competenze attraverso:

- ✓ Esercitazioni pratiche
- ✓ Simulazione di progetti
- ✓ Analisi di casi reali



**Semplifico** - Rete D'impresa  
[www.semplifico.net](http://www.semplifico.net) - [info@semplifico.net](mailto:info@semplifico.net)



All'inizio di ogni lezione verrà dedicato del tempo per il confronto collettivo sull'applicazione di quanto approfondito nelle lezioni precedenti.

Il corso è molto pratico e presenta tecniche e strumenti concreti per ottenere maggiori risultati nella gestione delle attività di marketing e comunicazione aziendale. L'attività formativa propone inoltre l'analisi e la trattazione di numerose case history finalizzate a sviluppare un'autonoma capacità di costruzione di corrette strategie promozionali adottate dalle imprese, integrando tra loro strumenti di comunicazione offline e di web marketing.

**Il corso si rivolge a:**

- Amministratori delegati, imprenditori, direttori generali che vogliono essere aggiornati sui più moderni approcci al mercato.
- Responsabili marketing di nuova nomina.
- Product e Brand Manager.
- Responsabili commerciali con incarico in marketing operativo e strategico.
- Addetti alle vendite e alla gestione della clientela, che intendono sviluppare moderni approcci al mercato e nuove tecniche di vendita che diano maggior risalto ai propri prodotti / servizi.
- Tutti coloro che sono alla ricerca di un metodo e di strumenti per definire, organizzare e realizzare piani di marketing in linea con gli obiettivi aziendali.

**Ore complessive di formazione:** 44 ore (14 giornate da 2 ore di lezione teorica | 2 giornate da 8 ore work experience).

**Durata totale del corso:** un mese con pianificazione di n. 2 lezioni a settimana. Alla fine del mese si svolgerà la verifica/test di apprendimento delle conoscenze acquisite per ogni UFC.

**Sede di svolgimento:** Pedavena (BL)

**Attestato finale:** al termine del percorso formativo ad ogni partecipante verrà rilasciato un attestato di partecipazione.



## PROGRAMMA DEL CORSO

**Il ruolo del Direttore Marketing e i suoi principali ambiti d'intervento.**

- o Marketing.
- o Comunicazione.
- o Pubblicità.
- o Trade Marketing.

**Introduzione al concetto di marketing 4.0.**

- o Le nuove frontiere del marketing.
- o Relazioni e contributo di questa disciplina alle altre funzioni strategiche aziendali.
- o Conoscere i nuovi mercati e i bisogni dei consumatori 4.0.
- o I comportamenti d'acquisto nel B2C e B2B.

**Strategia di marketing: il cuore di una pianificazione di successo.**

- o Principi generali e strumenti per il monitoraggio del mercato.
- o Analisi strategica dell'ambiente esterno e dei nuovi trend di mercato.
- o La matrice SWOT per definire le linee strategiche d'intervento.
- o Valore ed importanza dell'analisi competitiva.

**Principi base per lo sviluppo di una strategia di marketing.**

- o La pianificazione strategica di mercato.
- o Definizione degli obiettivi aziendali da perseguire.
- o Definizione delle Buyer Persona da intercettare e raggiungere offline e online.
- o Definizione del posizionamento sul mercato e dei vantaggi differenziali per il cliente.
- o Analisi e studio del posizionamento della concorrenza online.





**SEMPLIFICO**  
Acceleratore di soluzioni

## **Ideazione e sviluppo di un'analisi SEM aziendale.**

### **Il ciclo di vita di un prodotto.**

- o Il prodotto nell'ottica aziendale e in quella del consumatore.
- o La fase della pre - commercializzazione.
- o Il lancio sul mercato.
- o Lo sviluppo.
- o La maturità.
- o Il declino.
- o La rivitalizzazione.

### **Le politiche di prezzo.**

- o Prezzo: determinazione e variabili che lo influenzano.
- o Le politiche dei prezzi.
- o La metodologia di determinazione del prezzo d'acquisto di un prodotto / servizio.
- o Analisi di Case History sulla corretta determinazione dei prezzi di mercato.

## **Ricerca, analisi e determinazione del corretto prezzo di un prodotto / servizio per il suo lancio sul mercato.**

### **Anche l'occhio vuole la sua parte: il packaging di prodotto.**

- o Il ruolo e l'importanza del packaging nella promozione e commercializzazione di un prodotto.
- o Caratteristiche principali da tenere in considerazione nello sviluppo del packaging.

### **Il Piano Marketing e il Business Model canvas**

- o Il piano marketing; definizione, struttura e suo valore strategico.
- o Il business model canvas; definizione, struttura e suo valore strategico.
- o Analisi di piani marketing di successo.

## **Ideazione e realizzazione di un piano marketing e/o di un Business Model Canvas.**



**Semplifico** - Rete D'impresa  
[www.semplifico.net](http://www.semplifico.net) - [info@semplifico.net](mailto:info@semplifico.net)



**SEMPLIFICO**

Acceleratore di soluzioni

### **Principi base sulla promozione di un prodotto / servizio**

- o Le principali forme di promozione di un prodotto / servizio offline e online.
- o La ruota della comunicazione.
- o L'inbound Marketing: attrarre, convertire, chiudere, fidelizzare.
- o Il sito web come calamita per attirare nuovi clienti.
- o Principali canali di vendita online.
- o Il cross - media pubblicitario.

### **La promozione strategica di un brand e dei suoi prodotti / servizi**

- o Il piano di comunicazione: definizione, struttura e suo valore strategico.
- o Analisi di piani di comunicazione efficaci e vincenti.

**Ideazione e realizzazione di un piano di comunicazione per la corretta promozione e/o lancio sul mercato di un prodotto / servizio.**

