

STRUMENTI E MODELLI DI MARKETING



Il marketing è quella scienza in grado di rendere indispensabile il superfluo, essendo un insieme di azioni finalizzate a raggiungere un potenziale consumatore e a creare una sua propensione all'acquisto, preferibilmente continuativo, mettendo a contatto la domanda con l'offerta in chiave teorica e pratica.

Al contrario del marketing, la vendita si occupa dell'attuazione delle strategie di marketing finalizzando l'acquisto.

Pertanto, potremmo definire il marketing come un ponte tra il produttore di servizi e beni e la rete di vendita o distribuzione, anche se molte azioni del marketing arrivano direttamente o indirettamente fino al consumatore stesso.

Il marketing ha tanti obiettivi, oltre a quello di fare profitto, tra i quali fidelizzare il cliente tramite il raggiungimento della sua soddisfazione e felicità.

Da un punto di vista pratico, ogni azione di marketing si concentra su clienti e commerciali.

Il marketing, in quanto soggetto a cambiamenti culturali e alle tendenze dei consumatori, nonché all'avvento di sempre nuove e più performanti tecnologie, è una vera e propria scienza in continua evoluzione.

Essendo il marketing finalizzato alle transazioni umane, non prescinde da nuove rappresentazioni soprattutto incentrate su prodotti e servizi.

Questo corso esplora tutte le dimensioni del Marketing dei prodotti e dei servizi e ne consente una facile e agile comprensione per utilizzi professionali.

OBIETTIVI PROFESSIONALI

- Comprendere le basi del marketing
- Utilizzo delle leve del marketing relazionale e dei servizi
- Evitare gli errori della pianificazione
- Posizionarsi in un Mercato e focalizzarsi
- Condurre indagini e ricerche
- Gestire il pricing, scegliere nome o marca comunicare e vendere

OBIETTIVI FORMATIVI

Sviluppare la conoscenza del marketing nei suoi molteplici aspetti ed applicazioni.

DESTINATARI

Responsabili commerciali, marketing manager, responsabili acquisto.



CON FOR
LA NOSTRA FORMAZIONE
DOVE E QUANDO VUOI



STRUMENTI E MODELLI DI MARKETING

PROGRAMMA

Il corso si articolerà nelle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 1 – Introduzione

- 1.1 Presentazione;
- 1.2 Concetto di Marketing.

Unità didattica 2 – Marketing dei servizi

- 2.1 Differenza tra Servizi e Prodotti;
- 2.2 Definire le attività;
- 2.3 Innovazione e comportamento del consumatore;
- 2.4 Caratteristiche, vantaggi e benefici;
- 2.5 La motivazione del personale;
- 2.6 Qualità del servizio e Customer Satisfaction.

Unità didattica 3 – Piano di Marketing

- 3.1 Caratteristiche e fasi;
- 3.2 Analisi esterna e interna;
- 3.3 Investimenti.

Unità didattica 4 – Budget e Analisi economica

- 4.1 Budget;
- 4.2 Analisi economica;
- 4.3 Ruolo del web e passi operativi;
- 4.4 Marketing Virale;
- 4.5 Marketing tribale;
- 4.6 I Blog;
- 4.7 Product Placement;
- 4.8 Conclusioni.

Durata: 1 ora

Vantaggi del corso in e-learning

- ✓ *Possibilità di ascoltare e rivedere in qualsiasi momento le lezioni del corso*
- ✓ *Risparmio di tempo: i nostri corsi on-line ti consentiranno di formarti quando e dove vuoi, in autonomia, evitandoti eventuali costi per trasferte o spostamenti*
- ✓ *Possibilità di gestire in autonomia il tuo iter formativo*
- ✓ *Contenuti interattivi multimediali*



CON FOR
LA NOSTRA FORMAZIONE
DOVE E QUANDO VUOI

