

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

INIZIO CORSO: mercoledì 25 settembre
2024

DURATA: 12 ore

ORARIO LEZIONI: dalle ore 20.00 alle ore 22.30



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 aziendali.

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.**

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 maggiormente
- 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 dagli Enti Bilaterali Settore Terziario e Settore Turismo della Provincia di Vicenza con il contributo della Camera di Commercio di Vicenza, previa verifica che l'azienda applichi integralmente i CCNL Terziario, Turismo, Pubblici Esercizi 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.

Al fine di garantire l'accesso ai corsi alla pluralità dei lavoratori, le aziende con un numero di dipendenti da 1 a 10 potranno beneficiare di un numero di corsi annui non superiore a 3.

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.