

Strategic Brand Management

INIZIO CORSO: giovedì 6 marzo 2025

DURATA: 20 ore

ORARIO LEZIONI: dalle ore 20.00 alle ore 23.00

**SEDE: Centro Formazione Esac
Via Piazzon, 40 - Creazzo (VI)**



Panoramica corso:

Lo scenario competitivo moderno richiede alle imprese sempre più la presenza di marchi forti e di strategie di gestione basate sulla Brand Equity, cioè sul valore che l'impresa scambia nel mercato attraverso il suo marchio e il riconoscimento di tale valore da parte del target e degli stakeholder.

In questo corso esamineremo e conosceremo da vicino le più efficaci e moderne strategie di gestione di un marchio: dalla sua identità e i suoi asset al suo ambiente competitivo e al suo posizionamento strategico fino all'intera value-chain. Impareremo quindi a costruire il valore di marca e tradurlo in forza del marchio e dell'impresa sul mercato.

Obiettivi del corso:

- Identificare il posizionamento e stabilire i valori del marchio per costruire l'equity di successo.
- Elaborare sistemi di gestione del valore di marca per migliorare le prestazioni del marchio nel mercato e diventare la prima scelta del cliente.
- Pianificare e implementare programmi di marketing per potenziare il marchio attraverso attività marketing e comunicazioni integrate, costruire forti associazioni legate al marchio e all'azienda.
- Progettare strategie specifiche che si concentrano sull'estensione, sulla rivitalizzazione e sul rinforzo del marchio per mantenere la risonanza e il riconoscimento nel mercato.

Argomenti trattati:

MODULO 1

INTRODUZIONE ALLO STRATEGIC BRAND MANAGEMENT (2-4 h)

- Il concetto moderno di Brand
- L'identità di marca come asset strategico
- Il processo di gestione del marchio
- (Workshop/Discussion)

MODULO 2

CUSTOMER BASED BRAND EQUITY (2-4 h)

- Customer Based Brand Equity (CBBE)
- Analisi qualitativa e quantitativa della CBBE
- Costruire un marchio solido
- (Workshop/Discussion)

MODULO 3

BRAND POSITIONING (2-4 h)

- Il posizionamento strategico di marca
- Determinare e conoscere lo scenario competitivo
- Linee guida per il corretto posizionamento
- (Workshop/Discussion)

MODULO 4

BRAND ELEMENTS (2-4 h)

- Gli elementi di marca
- I criteri di scelta degli elementi di marca
- Gestione tecnica e strategica
- (Workshop/Discussion)

MODULO 5

BRAND VALUE CHAIN (2-4 h)

- La catena del valore di marca
- Stadi, fasi e scenari
- Applicazione pratica
- (Workshop/Discussion)

MODULO 6

BRAND ARCHITECTURE STRATEGIES (2-4 h)

- L'architettura di marca e dell'offerta
- Sviluppare correttamente il brand-portfolio
- Gerarchie e dipendenze di portfolio
- (Workshop/Discussion)

MODULO 7

BRAND EXTENSIONS (2-4 h)

- Estensione strategia di marca
- Vantaggi e potenziali rischi
- Criteri e tecniche per estensioni di marca efficaci
- (Workshop/Discussion)

MODULO 8

BRAND MANAGEMENT NEL MEDIO-LUNGO PERIODO (2-4 h)

- Rinforzo del marchio

