



Milano, 20-21-22 Gennaio

Milano, 28-29-30 Aprile

Milano, 8-9-10 Settembre

Milano, 29-30 Novembre 1 Dicembre

IN PRESENZA O LIVE STREAMING

PARTECIPANTI

Specialisti di staff del marketing (uffici pubblicità, promozione, ricerche di mercato, assistenza clienti, ecc.), quadri e dirigenti di vendita e di altre funzioni aziendali diverse dal marketing (ricerca e sviluppo, produzione, EDP, organizzazione, controllo di gestione) che vogliono migliorare la comprensione delle dinamiche di marketing.

PROGRAMMA

Il concetto di marketing

- > Storia e sviluppi del marketing
- > Il marketing come sistema di gestione e come tecnica operativa
- > Marketing come differenziazione

Il mercato

- > L'evoluzione continua del mercato
- > Caratteristiche della domanda
- > Diversi mercati, diverse domande
- > Mercato dei beni di consumo e dei beni industriali: qual è il nostro?
- > La segmentazione
- > Identificazione e analisi della concorrenza
- > La nostra offerta

La funzione marketing in azienda

- > L'orientamento al mercato e al cliente
- > La professionalità degli uomini di marketing
- > Rapporti con le altre funzioni aziendali: la ricerca di una sinergia

Il prodotto

- > Le funzioni e la soddisfazione dei bisogni per ciascuno dei soggetti che costituiscono il "mercato"
- > Identificazione delle opportunità che derivano dall'analisi prodotto/mercato

Il consumatore

- > Le metodologie di analisi del cliente/ consumatore
- > Gli attori del processo d'acquisto nei beni di consumo e nei beni industriali
- > Caratteristiche del processo di acquisto
- > Modelli di acquisto e politiche commerciali

Elementi di marketing strategico

- > La strategia aziendale
- > Segmentazione strategica
- > Le nicchie di mercato
- > L'analisi delle opportunità
- > Targeting e pricing
- > Il controllo strategico

LE LEVE DI MARKETING

Le variabili del marketing mix

Product

- > La politica strategica di prodotto
- > Il ciclo di vita
- > La combinazione dei prodotti
- > La modifica dei prodotti
- > Il posizionamento

Price

- > Politiche e strategie di prezzo
- > Il prezzo come fattore valorizzante
- > I fattori da considerare nello stabilire il prezzo
- > Pricing e lancio di nuovi prodotti/servizi

Place

- > I canali di distribuzione e loro scelta in base all'evoluzione del mercato
- > L'organizzazione della vendita: la scelta tra rete diretta, indiretta o mista
- > Le dinamiche distributive in rapporto ai nuovi contesti degli entertainment center

Promotion

- > Pubblicità e suoi obiettivi
- > Il messaggio pubblicitario
- > La scelta dei media
- > Promozioni e strumenti promozionali
- > Le sponsorizzazioni
- > Il direct marketing

I trend futuri del marketing

- > Dalle 4p alle 7p del marketing mix
- > Web marketing: strategie di marketing online e SEO
- > Unconventional marketing

La redditività aziendale

- > Punto di pareggio
- > Margine di contribuzione
- > Costi e ricavi marginali

Il piano marketing aziendale

- > Contenuti e format
- > Fasi e processo di stesura del piano di marketing aziendale
- > Definizione dei criteri di controllo e valutazione

Il piano marketing di prodotto

- > Concetti di base
- > Impostazione e analisi di un piano di marketing di prodotto

OBIETTIVI

La conoscenza delle politiche di marketing è un corollario necessario per la preparazione manageriale di coloro che operano in diversi settori aziendali e che, con diverse funzioni, lavorano per lo sviluppo dell'impresa. Il seminario delinea le logiche e le tecniche di base del marketing, in relazione al quadro economico aziendale che caratterizza il mercato odierno. Viene affrontato lo studio delle nuove esigenze dei consumatori, la creazione dei prodotti e/o servizi idonei a soddisfare gli acquirenti nonché la comprensione del ciclo di vita di un prodotto e della sua competitività. Si analizzano inoltre i trend futuri nel marketing, in particolare il web marketing e le strategie di marketing online.

3 GIORNI

ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.675 (+IVA)

per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:

2 o più iscritti alla stessa edizione del corso

9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi

a diversi corsi a catalogo

COME

+39 02 38010666

scuoladipaloalto.it

informazioni@scuoladipaloalto.it