



DURATA 2 ORE

Docente:
Dott. Etzi Alessio

CORSO DI 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



REQUISITI MINIMI DI SISTEMA

- Connessione ad internet veloce
(consigliato: ADSL, 4MB download, 1MB upload, Ping max 30 Ms)
- Browser supportati: Mozilla Firefox, Google Chrome.
- Ram 128 Mbytes
- Scheda video SVGA 800x600
- Scheda audio 16 bit
- Amplificazione audio (altoparlanti o cuffie)

PROGRAMMA

Durata
0:15 ore

Unità didattica 1 – Introduzione

- 1.1 Presentazione
- 1.2 Concetto di Marketing

Durata
0:44 ore

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

Durata
0:29 ore

Unità didattica 3 – Piano di Marketing

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

Durata
0:32 ore

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

TEST FINALE

Al termine del corso è previsto un test finale.

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