

FORMAZIONE
E NON SOLO

LE BASI DEL BRANDING: VALORIZZARE IL MARCHIO PER INCREMENTARE LE VENDITE

PREMESSE

Come insegnano le grandi marche, la strategia di branding (valorizzazione della propria identità di marca agli occhi del pubblico) è il principale driver di sviluppo in grado di rendere un'impresa capace di differenziare la propria offerta e ritagliarsi un adeguato spazio competitivo.

OBIETTIVI

Il corso è ideato per fornire le basi strategiche di riferimento, ma anche un panorama esaustivo delle azioni di marketing da attuare e degli strumenti da utilizzare per garantirsi una crescita sana e sostenibile.

Conoscere i concetti e gli strumenti chiave che guidano la gestione, in questo senso, è il passo strategico chiave per costruire con consapevolezza la giusta strategia di promozione offline e online e misurarne i risultati con obiettività.

CONTENUTI

- Il Brand Management: come creare, posizionare e rafforzare un marchio vincente;
- Strategia di marketing: il cuore di una pianificazione di successo;
- Strumenti offline ed online a disposizione del comunicatore d'azienda;
- Controllo strategico dei KPI di marketing.

DESTINATARI

Addetti al marketing e alla promozione e relazione con il cliente, addetti al Customer Relationship Management, piccoli imprenditori, responsabili di funzione.

DURATA

16 ORE

CERTIFICAZIONI

Attestato di frequenza inlingua - talent24