



STRATEGIE E TECNICHE DI MARKETING PER LA PMI

PREMESSE

Le difficoltà che le PMI stanno incontrando nell'interfacciarsi a mercati di riferimento sempre più complessi e dinamici sta evidenziando sempre più chiaramente la necessità di un approccio al mercato basato sulla conoscenza ed applicazione del marketing strategico, il principale driver di sviluppo in grado di rendere un'impresa capace di differenziare la propria offerta e quindi ritagliarsi un adeguato spazio competitivo.

OBIETTIVI

Il corso, grazie a strumenti operativi di facile utilizzo e gestione, fornisce un metodo e gli strumenti per disegnare un piano di marketing efficace attraverso tutte le fasi che caratterizzano il marketing: l'esame della domanda e dell'offerta, la ricerca di mercato, la segmentazione di mercato ed il posizionamento di prodotto, la politica di prodotto e di prezzo, la comunicazione e il *digital*.

CONTENUTI

- Analisi dell'ambiente competitivo: il mercato, la concorrenza, il posizionamento competitivo;
- Buyer Personas: la definizione e lo studio del cliente ideale;
- I parametri chiave per la definizione della strategia di marketing: le 7P del Marketing Mix;
- La strutturazione del piano operativo;
- Social media management: strategia di approccio alle decisioni chiave.

DESTINATARI

Piccoli e medi imprenditori, liberi professionisti, Manager, responsabili di funzione, Impiegati d'area commerciale e marketing.

DURATA

32 ORE

CERTIFICAZIONI

Attestato di frequenza inlingua - talent24