Minimaster

edizione in videoconferenza

DIGITAL BRAND DEVELOPMENT

Impara a mettere a punto la strategia digitale per affermare il tuo brand, attraverso casi reali, workshop, esercitazioni e testimonianze di aziende eccellenti

ottobre - dicembre 2020

UNISCF

fòrema

PRESENTAZIONE

Qualsiasi azienda, non importa se B2C o B2B, trae importanti vantaggi dall'investire sul proprio brand: un **marchio forte**, infatti, aiuta a giustificare il differenziale di prezzo rispetto ai concorrenti e a fidelizzare i clienti, incrementando fatturato e profitti.

Il **marketing digitale** mette a disposizione nuovi strumenti per affermare il marchio, conquistare nuovi clienti e fidelizzarli, vendendo e marginando di più.

Questo corso si propone di trasmettere ai partecipanti la metodologia per mettere a punto la **strategia digitale di un brand di successo**, attraverso esercitazioni pratiche, testimonianze, case history e full immersion in best practice aziendali eccellenti come **Barilla** e **Vitec Imaging Solutions**.

OBIETTIVI

Mettere in grado i partecipanti, al termine del percorso, di:

- elaborare il **piano di marketing strategico** del loro brand;
- progettare una **strategia commerciale/ marketing** multicanale e un sito web/portale e-commerce in base all'analisi della **customer journey** del cliente;
- comprendere come utilizzare **nuovi strumenti digitali** come CRM, in-bound marketing, campagne social, SEO/SEM, marketing automation, machine learning ed e-commerce per incrementare la notorietà del marchio, generare nuovi lead commerciali e fidelizzare i clienti, e quindi vendere di più;
- **definire i KPIs e misurare il ROI** delle azioni di marketing, fase per fase, della customer journey.

DESTINATARI

Il percorso si rivolge a **Imprenditori, Top manager, Direttori Commerciali e Marketing** interessati ad aggiornare le proprie conoscenze alla luce dei nuovi strumenti digitali, nonché a **Specialisti di digital marketing** che vogliono arricchire le proprie competenze con nozioni di marketin strategico e branding.

METODOLOGIA

L'approccio formativo è basato interamente su casi aziendali reali e "vissuti", esercitazioni, testimonianze e workshop interattivi, in modo da:

- trasferire metodologie e competenze in modo **interessante, efficace e concreto**;
- valorizzare al massimo l'**esperienza** e il contributo dei partecipanti;
- consentire ai partecipanti di acquisire contemporaneamente **competenze strategiche** e **metodologie operative**;
- garantire la massima **flessibilità** del percorso formativo, che è tarato sulle esigenze e gli interessi specifici dell'aula.

CONTENUTI

- Come si costruisce l'Identità di Marca: elementi teorici, case history e workshop

- Il piano strategico di marketing: esempi concreti e costruzione passo passo:
  - L'analisi competitiva: esempio ed esercitazione in team;
  - I fattori chiave di differenziazione: esempio ed esercitazione in team;
  - La segmentazione di mercato: esempio ed esercitazione in team;
  - Il posizionamento di marca: esempio pratico ed esercitazione in team;
  - La segmentazione e l'individuazione delle Personas chiave;
  - L'omnicanalità, il Funnel e la Customer Journey;
  - La Customer Journey come base per progettare la struttura commerciale e il piano marketing e le KPIs per misurare i risultati dell'azione commerciale fase per fase: esempio pratico e workshop;
  - Come condurre le interviste per raccogliere le informazioni competitive e di mercato, i bisogni del cliente e mappare la Customer Journey;
  - Il piano marketing: esercitazione in team.

- Case history e testimonianze di marketing digitale, e-commerce e marketing automation

- Laboratorio social

PRESENTAZIONI AZIENDALI

VITEC
IMAGING
SOLUTIONS

Vitec Imaging Solutions

Leader mondiale nelle attrezzature professionali per la foto-cinematografia

Presentazione

E-commerce Inclusivo: l'esperienza di Vitec Imaging Solutions

Marco Pezzana - Divisional CEO

Barilla

Multinazionale italiana, attiva nel settore dell'alimentare, leader mondiale nel mercato della pasta, dei sughi pronti e dei prodotti da forno.

Presentazione

La strategia digital che ha trasformato il Barilla Pasta Championship da evento B2B a manifestazione consumer global.

Elena Bernardelli - Group Brand Activation Global Vice President- Barilla

DATE, ORARI E ISCRIZIONI

Le attività formative si svolgeranno in videoconferenza nei giorni: **venerdì 16 - 23 - 30 ottobre, 6 - 13 - 20 - 27 novembre e 4 dicembre 2020**, dalle ore **9.00 alle ore 13.00**.

Iscrizioni

Le iscrizioni si raccolgono online **entro il 7 ottobre 2020**.
Il corso prevede un numero massimo di 20 partecipanti; le iscrizioni saranno selezionate in base all'ordine cronologico di arrivo.

Quota individuale di iscrizione

AZIENDA ASSOCIATA ASSINDUSTRIA VENETOCENTRO	€ 790,00 + IVA
AZIENDA NON ASSOCIATA ASSINDUSTRIA VENETOCENTRO	€ 950,00 + IVA

La quota comprende

- 32 ore (8 sessioni di 4 ore ciascuna) di formazione in videoconferenza, con testimonianze aziendali;
- copia digitale del materiale didattico presentato durante le lezioni;
- attestato di frequenza

Agevolazioni

- Sconto del **20%** per iscrizioni pervenute **entro il 15 luglio 2020** e del **10%** per iscrizioni pervenute entro il **15 settembre 2020**.
- Iscrizione di più persone di una stessa Azienda: sconto del 10% sulla seconda iscrizione e successive.

Gli sconti indicati non sono cumulabili.

DOCENTE

ANTONELLA PESCIO
TRAINER & CONSULTANT

MBA alla Columbia Business School di New York, ha maturato significative esperienze nel marketing internazionale e nelle vendite in Olivetti, Colgate–Palmolive, Barilla, Gatorade, illycaffè e Bisazza Mosaico.

Oggi si occupa di consulenza di marketing e temporary management e negli ultimi anni ha seguito progetti per clienti come Vitec Imaging Solutions, Gruppo Cimbali, Automobili Lamborghini, Grappa Nardini.

Formatrice in azienda, insegna Comunicazione d'Impresa all'Università di Brescia.

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

FÒREMA
Tel. 049.8227035
e-mail catalogo@forema.it
www.forema.it

UNIS&F
Tel. 0422.916416
e-mail risorseumane@unisef.it
www.unisef.it