# PROGRAMMA DIDATTICO

## *Digital Marketing e Social Media* – 104 ore -

**MODULO I DEFINIRE L'OFFERTA DI PRODOTTO/SERVIZIO**

*CONFIGURAZIONE OFFERTA DI PRODOTTO/SERVIZIO*

- DEFINIRE LE CARATTERISTICHE CONNOTATIVE DEL PRODOTTO/SERVIZIO IN COERENZA CON GLI OBIETTIVI DI PROFITTO PREFISSATI
- IDENTIFICARE LE CARATTERISTICHE PROPRIE DEL TARGET CLIENTI INDIVIDUATO IN FUNZIONE DEL BISOGNO/OBIETTIVO EMERSO, ESPLICITANDO MODALITÀ E FINALITÀ DI SODDISFAZIONE DELLO STESSO
- TRADURRE LE CARATTERISTICHE DI MAGGIORE FRUIBILITÀ DEL PRODOTTO/SERVIZIO IN TERMINI DI FATTORI CHIAVE DI VENDITA (KEY SELLING FACTORS)
- VALUTARE LE PERFORMANCE DEI PRODOTTI/SERVIZI OFFERTI, IN RELAZIONE ALLA QUALITÀ ATTESA ED IL LIVELLO DI PREFERENZA ACCORDATO
- STUDIO DEL PRODOTTO/SERVIZIO IN FUNZIONE DELLA STRATEGIA COMMERCIALE
- MODALITÀ DI DEFINIZIONE DI UN TARGET DI UTENZA
- USI E COSTUMI DEI POTENZIALI TARGET DI RIFERIMENTO
- METODOLOGIE E TECNICHE DI ELABORAZIONE DEI DATI RACCOLTI

**MODULO II SVILUPPARE UN PIANO DI MARKETING OPERATIVO**

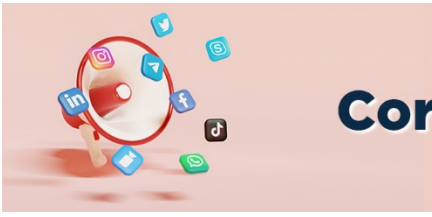
*POSIZIONAMENTO OFFERTA DI PRODOTTO/SERVIZIO*

- APPLICARE UNA POLITICA PREZZI SOSTENIBILE IN RAPPORTO ALLE CONDIZIONI DI MERCATO E DI PROFITTO STABILITE
- CONCEPIRE PIANI DI CONSOLIDAMENTO DELLE QUOTE DI MERCATO GIÀ ACQUISITE, NONCHÉ DI PENETRAZIONE IN NUOVI MERCATI
- ELABORARE DATI ED INFORMAZIONI A SUPPORTO DELLA POLITICA PREZZI DA ASSUMERE
- IDENTIFICARE IL SETTORE DI MERCATO OBIETTIVO IN CUI POSIZIONARE IL PRODOTTO/ SERVIZIO: NICCHIA, SEGMENTO O MERCATO ALLARGATO
- DEFINIRE E/O COLLABORARE ALLA DEFINIZIONE DEL PIANO
- MODELLI E STRUMENTI DI MARKETING STRATEGICO: POSIZIONAMENTO PRODOTTO, ECC.
- MODELLI E STRUMENTI DI MARKETING OPERATIVO: MECCANISMI E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA, LEVA PROMOZIONALE, ETC.
- LA QUALITÀ DEL SERVIZIO NEI PROCESSI
- MARKETING-VENDITE: COMPORTAMENTI
- PROFESSIONALI, INDICATORI, ECC.
- TERMINOLOGIA TECNICA DI SETTORE IN INGLESE
- CALCOLO DEL BREAK EVEN POINT IN COLLABORAZIONE CON ALTRE FUNZIONI AZIENDALI
- ELABORAZIONE DI DATI ED INFORMAZIONI A SUPPORTO DELLA POLITICA PREZZI DA ASSUMERE
- ELABORAZIONE DI UNA MAPPA DI VALUTAZIONE (VALUE MAP) RELATIVA A: MERCATO TARGET E PERFORMANCE
- DI PRODOTTO/SERVIZIO
- STIMA SU ANDAMENTO VENDITE E DEI COSTI COMMERCIALI

**MODULO III ESERCITAZIONI SU SOFTWARE APPLICATIVI E SERVIZI WEB-BASED PER LA GESTIONE COMMERCIALE-MARKETING**

*POSIZIONAMENTO OFFERTA DI PRODOTTO/SERVIZIO*

- UTILIZZARE APPLICAZIONI SOFTWARE DEL SISTEMA WINDOWS E SERVIZI DI FUNZIONI INTERNET
- UTILIZZARE SOFWARE APLLICATIVI E SERVIZI WEB-BASED PER LA GESTIONE COMMERCIALE-MARKETING
- ELEMENTI DI BASE DI APPLICAZIONI SOFTWARE
- DEL SISTEMA WINDOWS E SERVIZI E
- FUNZIONI INTERNET
- SOFTWARE APPLICATIVI E SERVIZI WEB-BASED
- CALCOLO DEL BREAK EVEN POINT IN COLLABORAZIONE CON ALTRE FUNZIONI AZIENDALI
- ELABORAZIONE DI DATI ED INFORMAZIONI A SUPPORTO DELLA POLITICA PREZZI DA ASSUMERE
- ELABORAZIONE DI UNA MAPPA DI VALUTAZIONE (VALUE MAP) RELATIVA A: MERCATO TARGET E PERFORMANCE
- DI PRODOTTO/SERVIZIO
- STIMA SU ANDAMENTO VENDITE E DEI COSTI COMMERCIALI



**Corso *Digital Marketing* e *Social Media***