

Seminario - SE 305

Marketing thinking e mappe strategiche

**Corso presso: Festo Academy**

Via Enrico Fermi, 36/38, 20090 - Assago (MI)

Durata: 2gg**Date:** Per la prossima edizione in programma contattateci.**Prezzo: € 1.300,00**Scarica modulo iscrizione:
www.festoct.it/iscrizione

Rivolto a

- Product Managers
- Brand Managers
- Marketing Managers
- Impiegati e Responsabili funzioni Marketing e Commerciale in genere.

Obiettivi

Fornire strumenti concreti per:

- Mappare con precisione la posizione dell'azienda o di prodotti/servizi all'interno del contesto competitivo nel quale deve operare
- Identificare le opportunità strategiche sulle quali muoversi con efficacia nel medio/lungo termine

Contenuti

■ Gli elementi chiave dell'analisi strategica: dove siamo, chi siamo, dove vogliamo andare e come vogliamo andarci

■ Analisi dello scenario e variabili esterne all'impresa

- Market trends e macro/micro segnali relativi a scenari diretti e indiretti
- Competitive Mapping e Satisfaction Analysis sui key competitors: come comprendere al meglio le variabili critiche di successo dei competitors ed evidenziare le opportunità di differenziazione sul mercato
- Client Focus: come valutare l'evoluzione e le modifiche dei comportamenti d'acquisto dei clienti Business e Consumer.
- Acquisire nuovi clienti o fidelizzare i clienti in portafoglio: analisi di rischi e opportunità. Il modello di Marketing One-to-One

■ Chi siamo: Le variabili interne all'impresa

- Matrici di analisi competitiva: prodotti, organizzazione, risorse
- Identificazione delle opzioni strategiche e dei KSF (Key Success Factors)

■ Dove vogliamo andare

- Marketing Plan: definizione di obiettivi e strategie e di un piano strategico di coordinamento aziendale
- Marketing Calendar: pianificare in modo efficace ed efficiente le attività di marketing