

Seminario - SE 315

Communication Strategy - Classic, Digital, Social

<u>e</u>

Corso presso: Festo Academy Milanofiori

Viale Milanofiori, Strada 2, Palazzo C3, 20057 - Assago (MI)

FESTO Academy

Durata: 2gg

Date: Per la prossima edizione in programma contattateci.

Scarica modulo iscrizione: www.festocte.it/iscrizione

La strategia di comunicazione ha assunto un ruolo fondamentale tra le attività di marketing e per realizzarla al meglio sono necessarie:

- · conoscenza degli strumenti di comunicazione integrata,
- · competenza nella stesura di un piano di comunicazione,
- abilità nell'individuare il corretto mix fra strumenti tradizionali e mezzi digitali.

A chi è rivolto

- Direzione commerciale
- · Direzione marketing
- · Marketing manager
- Digital marketing manager
- Responsabili marketing
- Product manager e funzioni di marketing operativo
- · Business development manager

Obiettivi

- Impostare, organizzare e realizzare una strategia di comunicazione
- Capire come un'azienda può evolversi in un'ottica multicanale, controllando in modo adeguato tutti i processi
- Definire le leve di comunicazione e scegliere il mix più adequato
- Imparare a comprendere e utilizzare gli strumenti digitali e social nel B2B e la loro integrazione con gli strumenti di comunicazione tradizionali

Contenuti

- Dalla strategia di marketing alla strategia di comunicazione
- Come si costruisce una strategia di comunicazione
- Cosa mi propongo di fare: gli obiettivi di comunicazione
- Come lo voglio dire: la scelta del tono e del posizionamento
- A chi lo voglio dire: l'individuazione dei possibili target
- · La gestione degli aspetti economici: dalla pianificazione alla rendicontazione
- Sviluppo di un project work sul Piano di comunicazione

Prosegue -->

Pagina 1/2



Sperimenterete

- Didattica interattiva e coinvolgente con simulazioni, esercitazioni pratiche e momenti di contestualizzazione sugli esempi dei partecipanti
- Dibattito, confronto e condivisione delle esperienze per assicurare la massima integrazione tra contributi teorici e il vissuto nella realtà aziendale