



MARKETING STRATEGICO E DIGITALIZZAZIONE

OBIETTIVI

L'obiettivo di questo percorso è introdurre gli elementi di cambiamento lato domanda e lato offerta introdotti dalla digitalizzazione, al fine di evidenziare le sfide e gli strumenti per affrontarle, in termini di strategia di approccio al mercato. Per questo, si analizzeranno dapprima le tendenze nel comportamento di acquisto del cliente, in modo da tracciare un profilo comportamentale e attitudinale funzionale alla lettura di fenomeni emergenti e alla previsione di evoluzioni future nel contesto dei servizi. Quindi, introducendo opportuni strumenti strategico – manageriali, si analizzeranno e si discuteranno i cambiamenti necessari nella definizione di un value package di servizio ad alto contenuto digitale.

CONTENUTI

Comportamento di acquisto del cliente nell'era digitale:

- panoramica dell'evoluzione nei comportamenti di pre-acquisto, fruizione dei servizi e post – acquisto da parte dei consumatori
- strumenti di segmentazione della domanda in termini di aspettative, bisogni e comportamenti
- rapporto tra individui e media
- ruolo e della rilevanza che i diversi media possono giocare nella progressiva digitalizzazione del mercato.

Marketing dei servizi in contesti a forte digitalizzazione

- evoluzione del contesto di riferimento e impostazione di un piano strategico di marketing
- variabili chiave per la costruzione e la gestione del value package del servizio, in termini di service design, service marketing mix e service customer experience.

METODOLOGIA

Il corso intende avvalersi di un nuovo approccio basato sull'interazione tra teoria e pratica, tra metodologie classiche e innovative, tra sapere, saper fare e saper essere, con lezioni frontali tenute dal docente, intervallate da esercitazioni pratiche, analisi di casi aziendali, discussioni e confronto continuo tra i partecipanti, nell'ottica di un percorso formativo improntato all'interattività e allo stimolo continuo.

In particolare, sarà privilegiato un approccio didattico di tipo attivo basato sulle seguenti metodologie:

- a) lavori di gruppo da svolgere in un tempo prefissato, facilitando lo scambio di idee ed esperienze tra i partecipanti in un rapporto relazionale sganciato dalla dipendenza dal docente
- b) discussione di gruppo, privilegiando un tipo di apprendimento per problem solving e per confronto
- c) laboratori, coinvolgendo il gruppo dei partecipanti in formazione su un problema reale per assumere decisioni e, quindi, intraprendere delle azioni, favorendo l'apprendimento di gruppo e organizzativo

CERTIFICAZIONI

Il corso, volto al miglioramento, accrescimento e potenziamento delle competenze manageriali consentirà ai partecipanti di conseguire una **Dichiarazione delle Competenze** (Conoscenze e Abilità) raggiunte durante il percorso. Si tratta di un'attestazione di acquisizione delle singole competenze coerenti con il corso frequentato e conferita a coloro i quali supereranno con esito positivo le prove di verifica previste dal percorso.

QUOTA DI ISCRIZIONE

€ 1.000,00* + IVA

*Possibilità di finanziare la formazione attraverso i fondi interprofessionali.

In caso di iscrizione di almeno 3 partecipanti della stessa Azienda, si garantisce lo sconto del 20% per ciascuna quota di iscrizione.

DURATA

2 gg (16 hh)

