



MISURARE LE PRESTAZIONI DI MARKETING

OBIETTIVI

La sfida di marketing più affascinante e al tempo stesso più complessa e potenzialmente in grado di fornire il maggior contributo ai risultati di business, riguarda la “marketing accountability”, ovvero l’accreciuta capacità di misurare e valutare i risultati delle azioni di marketing e di avere a disposizione strumenti in grado di orientare il processo di pianificazione delle attività di relazione con il cliente. L’obiettivo sarà quello di introdurre le metriche – chiave per la gestione di un piano di marketing multicanale a forte componente digitale e di sviluppare strumenti e tecniche per valutare il livello di soddisfazione e conseguentemente di fidelizzazione del cliente, al fine di introdurre un sistema di decisione in merito al customer relationship management, coerente e integrato con i sistemi di pianificazione del business.

CONTENUTI

Metriche di digital marketing

- analisi delle metriche connesse:
 - alla pianificazione della comunicazione in ambito multicanale (mass media, digital media, social media, ecc.),
 - alla reputazione,
 - all’awareness e alla brand equity,
 - alla misurazione del ritorno sull’investimento in marketing,
 - ai processi organizzativi di implementazione di un sistema di misurazione delle performance.

Customer satisfaction management e customer lifetime value management:

- strumenti che consentano di valutare i ritorni delle relazioni con i singoli clienti e le leve per la loro massimizzazione.
- metodi e tecniche coerenti per la stima del customer lifetime value
- metodologie e tecniche coerenti per la valutazione e la misura della customer satisfaction in uno scenario multicanale
- customer – driven accountability: definizione delle policy per la “churn prevention”

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)

