

La definizione del prezzo e la marginalità prodotto/servizio

Percorso formativo per sviluppare politiche di pricing, analisi della marginalità, value based pricing, markup, gestione del prezzo e segmentazione della clientela.

Marketing relazionale e fidelizzazione: il cliente al centro

Percorso formativo per sviluppare marketing relazionale, fidelizzazione clienti, CRM, ascolto attivo, customer value, corporate reputation e acquisizione nuovi clienti.

Corporate Identity e Brand Management

Percorso formativo per sviluppare Corporate Identity, Brand Management, coerenza comunicativa, riconoscibilità, valore percepito e gestione del brand.

La comunicazione d'impresa nell'era digitale

Percorso formativo per progettare un Piano di Comunicazione d'impresa nell'era digitale, integrando brand, digital strategy, social media, storytelling, advertising e monitoraggio.

Web Marketing e Social Media Communication

Percorso formativo per progettare un web marketing plan integrato, utilizzando sito web, SEO, SEM, DEM, social media, content marketing e web analytics.

Social Media Marketing

Percorso formativo per progettare una Social Media Strategy, creare contenuti social, gestire community e campagne advertising, monitorando KPI e ROI.

Il piano di Marketing Digitale per l'azienda 4.0

Percorso formativo per costruire un piano di Marketing Digitale integrato, analizzando mercato, concorrenza, reputazione online, canali digitali, budget e risultati.