# Tecniche di vendita: up selling e cross selling

Percorso formativo per sviluppare tecniche di up selling e cross selling, analisi del portafoglio clienti, offerte personalizzate, bundle e strategie di fidelizzazione.

---

# Social Selling e vendita sui social

Percorso formativo per utilizzare LinkedIn e i social network nel processo di vendita, sviluppando reputazione, personal branding, networking, lead generation e nuove opportunità commerciali.

---

# La vendita consulenziale: vendere valore

Percorso formativo per sviluppare vendita consulenziale, ascolto del cliente, negoziazione, personalizzazione della proposta commerciale e vendita di valore.

---

# 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.

---

# Marketing: dalla strategia al piano operativo. Strumenti e metodi

Percorso formativo per sviluppare marketing strategico, piano operativo multicanale, analisi di mercato, segmentazione, posizionamento, web strategy e comunicazione.