

Il Marketing della Formazione

Valorizzare l'offerta formativa e coinvolgere gli stakeholder interni

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 2.3.26

Formarsi nel **marketing della formazione** non è più un'opzione! In un contesto in cui l'offerta formativa è sempre più ricca e specialistica, l'attenzione dei partecipanti è sempre più sollecitata, il marketing consente di **catturare l'interesse e suscitare l'impegno**. Gli attori della formazione devono quindi padroneggiare le tecniche di segmentazione, comunicazione efficace e proposte di valore attraenti per **massimizzare l'impatto** delle loro offerte e dar loro maggiore **visibilità e differenziazione**, sia internamente che esternamente.

A chi è rivolto

- HR Manager
- Responsabile della Formazione
- Training Manager
- Digital Training Manager
- Digital Learning Manager

Programma

Chiarire i fondamenti del marketing della formazione

- Definire i concetti chiave del marketing della formazione: proposta di valore, segmentazione dei partecipanti e comunicazione mirata
- Comprendere le sfide di un approccio di marketing nella progettazione e promozione dei programmi di formazione
- Presentare esempi concreti di successo nell'applicazione del marketing della formazione

L'importanza della clusterizzazione dell'audience

- Segmentare i partecipanti in base alle loro caratteristiche demografiche, ai loro bisogni e alle loro preferenze
- Identificare i segmenti chiave di partecipanti per adattare la comunicazione e i contenuti formativi
- Personalizzare l'offerta formativa in base ai diversi segmenti di pubblico

Creare proposte di valore attraenti per suscitare l'engagement

- Sviluppare proposte di valore convincenti mettendo in evidenza i benefici e i risultati attesi della formazione
- Esplorare le modalità per rendere i programmi di formazione più attraenti e pertinenti per i partecipanti
- Appropriarsi delle tecniche per comunicare efficacemente la proposta di valore ai partecipanti
- Il valore della sostenibilità nei programmi formativi

Attuare il proprio piano di comunicazione per promuovere le formazioni

- Spiegare i principi di una comunicazione efficace e persuasiva

- Comprendere i diversi canali di comunicazione e il loro utilizzo ottimale per raggiungere i partecipanti
- Mettere in pratica strategie di comunicazione creative, come l'uso di contenuti interattivi, i social media, gli influencer interni, ecc
- Incoraggiare il passaparola dei partecipanti entusiasti

Mantenere nel tempo l'ingaggio in ottica di fidelizzazione e retention dei partecipanti



Obiettivi del corso

- Comprendere il mercato della formazione e delle sue opportunità
- Attuare strategie di marketing efficaci per suscitare l'engagement dei partecipanti
- Mantenere l'engagement nel tempo



Esercitazioni

Questa formazione offre una comprensione approfondita del marketing della formazione, un'applicazione pratica dei concetti e un adattamento ai contesti dei partecipanti.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 7 apr al 10 apr

- dal 7 apr al 7 apr
- dal 10 apr al 10 apr

dal 8 set al 11 set

- dal 8 set al 8 set
- dal 11 set al 11 set