

Marketing strategico

Identificare i bisogni dei clienti, anticipare trend e opportunità

★★★★★ 4,3/5 (23 avis)

Presenziale / a distanza



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

Open : 1.780,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.920,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.3

Il corso si pone l'obiettivo di enfatizzare la funzione del marketing all'interno del suo **ruolo strategico**, che lo vede definire con l'alta Direzione le azioni da intraprendere e i prodotti/servizi da proporre sul mercato.

Un ruolo divenuto **poliedrico** che prevede non solo la capacità di usare gli strumenti per identificare i bisogni dei clienti ma anche e soprattutto le competenze per trovare un modo unico e diverso dai concorrenti per soddisfarli, per comunicare con loro in modo efficace e per promuovere le proprie soluzioni in modo redditizio ma anche disruptive.

Il corso mira ad enfatizzare il ruolo del marketing all'interno dell'organizzazione, facendo comprendere le sue **relazioni con le altre business unit** e definendo il percorso corretto per soddisfare il cliente e remunerare adeguatamente gli azionisti.

A chi è rivolto

- Product Manager
- Brand Manager
- Amministratori delegati, imprenditori, direttori generali che vogliono portare innovazione nel modo di fare business ed essere aggiornati sui più moderni approcci al mercato
- Responsabili di Vendite e Marketing che intendono sviluppare moderni approcci al mercato, alla vendita e al prodotto/servizio
- Tutti coloro che sono alla ricerca di un metodo e di strumenti innovativi e autorevoli per definire, organizzare e realizzare piani di marketing vincenti

Programma

Marketing strategico: dall'analisi macroeconomica al focus sul business caratteristico

- Analisi dei trend a livello macro e loro impatto nel day by day
- Ruolo e mission del marketing strategico all'interno dell'azienda
- Concetti base di strategia aziendale: la pianificazione strategica

Marketing strategico: dall'analisi di mercato alle scelte strategiche

- Analisi di attrattività di mercato e di competitività dell'impresa
- Segmentazione e individuazione del cliente target
- Analisi SWOT e scelte d'orientamento strategico

Creare un'offerta integrata: la sinergia perfetta del marketing mix

- Quali strategie di prodotto/servizio scegliere
- Saper sviluppare strategie di prezzo adeguate al target obiettivo
- **Comunicare valore:** quali strategie di comunicazione scegliere

Gestione del brand

- Come creare un posizionamento distintivo e competitivo
- Definizione e gestione della Brand Equity
- Strategia, lessico e mercato: distinguere fra Brand Awareness, Brand Reputation e Brand Image

Marketing strategico e Intelligenza artificiale

- Gli utilizzi dell'AI nel marketing strategico: data analysis, chatbot, ricerche di mercato, content creation
- Come scrivere un prompt



Obiettivi del corso

- Acquisire una visione completa e attuale del marketing strategico
- Gestire le sfide del marketing in contesti dinamici e turbolenti
- Apprendere i legami tra pianificazione strategia e marketing
- Utilizzare le analisi di mercato: PESTEL analysis, 5 forze competitive, SWOT analysis
- Utilizzare le leve di marketing (5P): prodotto, prezzo, punti di vendita, promozione, persone
- Approfondire le opportunità dell'AI



Esercitazioni

- S.W.O.T. analysis
- Analisi C.U.B.
- Definizione della strategia aziendale
- Business model canvas



Date e sedi 2026



Ultimi posti Edizione garantita

Online

dal 12 mag al 15 mag

- dal 12 mag al 12 mag
- dal 15 mag al 15 mag
- dal 21 lug al 24 lug
- dal 21 lug al 21 lug
- dal 24 lug al 24 lug

dal 14 set al 17 set

- dal 14 set al 14 set
- dal 17 set al 17 set
- dal 23 nov al 26 nov
- dal 23 nov al 23 nov
- dal 26 nov al 26 nov

Milano

dal 23 giu al 24 giu

dal 20 ott al 21 ott