

## Finalità del corso

La crisi economica aumenta la competizione commerciale e impone sempre più di affrontare i clienti e il mercato in chiave di marketing. Il corso ha l'obiettivo di indicare una metodologia concreta e operativa per orientarsi con successo a nuovi clienti e aumentare la soddisfazione e la fedeltà di quelli attuali. Il corso si focalizza su come capire il comportamento dei clienti, dei concorrenti e del mercato per individuare la propria promessa di "valore" e studiare le strategie commerciali e di marketing più adatte.

## Argomenti



- Definizione ed applicazioni pratiche del concetto di marketing
- Clienti e bisogni: due sconosciuti?
- La scala dei bisogni: siamo fondamentali?
- Il marketing mix: prodotto – prezzo – politiche di vendita – comunicazione e promozione
- La segmentazione
- Il posizionamento
- Il piano operativo di marketing

## Modalità di svolgimento

**Durata e date di svolgimento:** 12 ore dalle ore 19.00 alle ore 21.30  
**24 giugno -1-8-15 – 22 luglio 2010** (solo il 27/7 ore 19.00/21.00)

## Costo previsto

180,00 + IVA

## Certificazione rilasciata

Attestato di frequenza alla fine del corso

***Il corso è rivolto ad aziende associate e sarà attivato al raggiungimento di un numero minimo di partecipanti***