

### Finalità del corso

In una situazione di crisi come quella attuale è sempre più delicata la competizione sul prezzo.

Il corso intende dare strumenti e modelli per valutare con attenzione l'equilibrio tra il prodotto offerto e il prezzo proposto, inquadrando l'argomento in una logica di marketing e di valore e controvalore nello scambio commerciale.

### Argomenti



#### **Primo incontro**

Il valore nello scambio sul mercato e la logica del marketing. Comprendere il mercato e la domanda, analizzare i bisogni del cliente, valutare la propria offerta e posizione sul mercato. Come definire la propria proposta commerciale: la strategia e il marketing mix.

#### **Secondo incontro**

Il prodotto e le sue caratteristiche: tipologie e politiche, gli aspetti intangibili, la presentazione fisica, il valore di "marca"

#### **Terzo incontro**

Il prezzo: i riferimenti per la sua definizione (costi, concorrenza, valore per il cliente), le politiche e le strategie.

#### **Quarto incontro**

Tecniche di negoziazione: i trucchi e le trappole di una trattativa "dura" e il metodo di uno scambio di soddisfazione e di lunga durata.

### Modalità di svolgimento

**Durata/date:** 12 ore ( n. 4 incontri) 20/27 settembre- 4/11/ ottobre 2010  
dalle ore 19.00 alle ore 22.00 in via Torretta, 12 Bergamo

### 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***