

DIGITAL MARKETING

Il corso affronta le dimensioni competitive rilevanti nei mercati business in una duplice prospettiva, quella dell'analisi strategica di marketing e quella degli strumenti operativi. La finalità è quella di offrire ai partecipanti una panoramica sull'evoluzione del marketing digitale e degli strumenti attraverso cui attivare una strategia di marketing che porti ad un vantaggio competitivo sostenibile

Contenuti

- Il Digital Marketing e il business aziendale
- Canali tradizionali e nuovi media
- Come cambiano i consumatori online: nuove forme di relazione e multi canalità
- L'accesso al web in mobilità. Tendenze e nuove opportunità del Mobile Marketing
- Definizione degli obiettivi di web marketing
- Analisi e la gestione strategica del mercato
- Analisi della concorrenza e identificazione dei principali competitor
- La comunicazione. Finalità e obiettivi nella scelta del mix di comunicazione
- Strumenti di marketing per la gestione dei rapporti con i clienti business
- Innovazione in azione: lo sviluppo e il lancio di nuovo prodotti
- Pricing: i metodi di definizione e i criteri di scelta del prezzo

Durata

- Il corso ha una durata di 40 ore

Partecipanti

- Amministrativi e addetti commerciali

Certificazione finale

- Al termine del corso verrà rilasciata una certificazione ai partecipanti che abbiano frequentato almeno il 70% delle ore previste

Costi

- Il corso ha un costo complessivo di euro 1.200,00 oltre IVA