

Sezione 3 - Marketing, comunicazione e vendita

Durata (in ore)

200

Ore in aula

200

Ore in laboratorio

0

Tipologia laboratorio**Figura di Riferimento**

381 - tecnico delle attività di marketing

Struttura del Percorso e Contenuti Formativi**UF 1 MARKETING - ore 60**

Il marketing nell'era moderna: il marketing management, la mission; la vision l'analisi di mercato; l'analisi della concorrenza; analisi s.w.o.t; segmentazione e targeting; differenziazione e posizionamento; marketing mix; le politiche di canale; la comunicazione integrata di marketing; le politiche di prezzo; le azioni promozionali; il crm social medi marketing

UF 2 TRADE MARKETING - ore 30

Le reti distributive; la gestione della multicanalità; la strategia di sviluppo dell'offerta e sviluppo dei canali; il portafoglio canale / cliente e la score card di canale; le aree di conflitto / collaborazione con i partner commerciali e la loro gestione

UF 3 TECNICHE DI VENDITA - ore 40

Le basi di una comunicazione efficace; ' Comunicare bene con se stessi; tecniche di auto motivazione; gestione dello stress e del tempo; comunicazione verbale; comunicazione non verbale; comunicazione paraverbale; la PNL e la comunicazione. I principi della vendita: identikit del cliente di oggi; il cliente come protagonista. Le virtù del bravo venditore; l'empatia. Le fasi della vendita: l'apertura; la scoperta; la proposta: consapevolezza del proprio vantaggio competitivo, la formulazione della proposta, la gestione delle obiezioni, la gestione del prezzo. La chiusura: guidare il cliente verso la richiesta d'ordine. La gestione della lista clienti: Mailing list, Whats App , Facebook. Il problem solving: la metodologia creativa, il pensiero laterale, i 4 fattori cruciali, 6 cappelli per pensare.

UF 4 RICERCHE DI MARKETING E DI MERCATO - ore 30

L'utilizzo delle ricerche in azienda; dagli obiettivi dell'azienda all'individuazione della metodologia appropriata; le ricerche quantitative, qualitative e motivazionali; consumer panel; product test, market test, advertising test; come interpretare i risultati; case history

UF 5 COMUNICAZIONE AZIENDALE - ore 40

Aree e obiettivi della comunicazione in azienda; Il Brand e la Comunicazione integrata di Marketing; gli strumenti; gli obiettivi; il piano della comunicazione e la sua gestione; pubblicità e gestione del piano pubblicitario, direct marketing e promozione delle vendite.

Attestazione finale

Dichiarazione degli apprendimenti

Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti

Test di verifica finale

Fabbisogno Occupazionale

Le prospettive occupazionali e le possibilità di carriera, orizzontali e verticali, sono buone. Si sottolinea infatti che, proprio per il carattere di trasversalità che la caratterizza, la figura professionale presenta buone opportunità di trasferibilità da un settore economico ad un altro.