



Il marketing è un insieme di attività e azioni che hanno come principale obiettivo quello di **far accettare al mercato un prodotto o un servizio con il maggior valore aggiunto possibile**. Per fare questo è necessario applicare un metodo preciso, altrimenti vi sarà il rischio di disperdere ingenti energie, risorse economiche e tempo. Troppe volte il marketing viene associato ad azioni di comunicazione, anche se in realtà queste rientrano nelle attività di marketing operativo. Queste attività andranno applicate in modo preciso una volta definito e condiviso un progetto di marketing strategico.

**L'obiettivo di questa proposta formativa è quello di supportare le piccole-medie organizzazioni nello sviluppo del marketing con semplicità e molta praticità, aiutandovi ad inserire nelle vostre aziende strumenti e attività di marketing strategico ed operativo.**

Il percorso formativo che proponiamo è strutturato in **6 incontri della durata di una giornata ciascuno**. Ogni incontro sarà suddiviso in due parti, la prima avrà carattere prevalentemente accademico, mentre la seconda avrà un'impostazione più pratica, infatti vi saranno testimonianze di esperti, saranno svolte attività di gruppo o esercitazioni operative specifiche.

**Un percorso formativo diventa estremamente utile se quanto appreso in aula è direttamente applicabile alla propria realtà aziendale, pertanto sarà nostro compito aiutarvi a sviluppare le giuste conoscenze e strumenti.**

Ogni incontro avrà un tema specifico e consequenziale nel metodo.

## I DOCENTI

### Daide Gabrielli | Presidente e Responsabile Strategia G&A Group

Mi occupo di marketing da oltre 20 anni e lo sviluppo è la mia vera mission. Per farlo cerco sempre di trovare il migliore equilibrio di ben-essere perché sono convinto che, per sviluppare un eccellente progetto, sia necessario avere molta energia positiva. Ho sempre dato tanta importanza allo sport, anche se i km percorsi in auto sono notevolmente (purtroppo) superiori a quelli percorsi in bicicletta! Posso apparire rigido sul tema della coerenza dei progetti ma, per avere successo, è necessario applicare le scelte con precisione e rigore!



### Leonello Vesentini | Consulente marketing G&A Group

Accompano le aziende, che hanno bisogno di far riconoscere il proprio valore al mercato, nella gestione ordinaria e straordinaria, aiutandole ad innovare, consolidare o rilanciare la strategia aziendale e il modello di business. Senza la presunzione di avere la bacchetta magica, ma supportando concretamente l'imprenditore, spesso troppo preso dalla quotidianità "non a vedere quello che nessuno ha mai visto prima, ma piuttosto a pensare ciò che nessuno ha mai pensato rispetto a quello che tutti vedono." (Schopenhauer).

### Andrea Foriani | Direttore Commerciale e Consulente Commerciale G&A Group

Da quasi 20 anni mi occupo di aspetti legati alla vendita, percorrendo sia la carriera di venditore che di gestore e formatore di squadre di venditori. La mia specializzazione e principale attitudine è l'applicazione di metodi commerciali misurabili e concreti che aiutino a raggiungere gli obiettivi aziendali sia dal punto di vista economico che dal punto di vista strategico. Il mio cuore è bianconero e amo fare sport, appena posso, infatti, organizzo una partita a tennis o di pallavolo con gli amici.



### Giovanni Fracasso | Consulente marketing digitale ICT Sviluppo

Mi occupo di inbound marketing, una metodologia chiara, completa e alla portata della maggior parte delle aziende che vogliono trovare nuovi potenziali clienti, segmentarli in base agli interessi, profilarli e alimentarli con contenuti di loro interesse, per poi passare la palla al commerciale e vendere di più e meglio.



## EVOLUZIONE DEL MERCATO E DEL MARKETING

### I LEZIONE

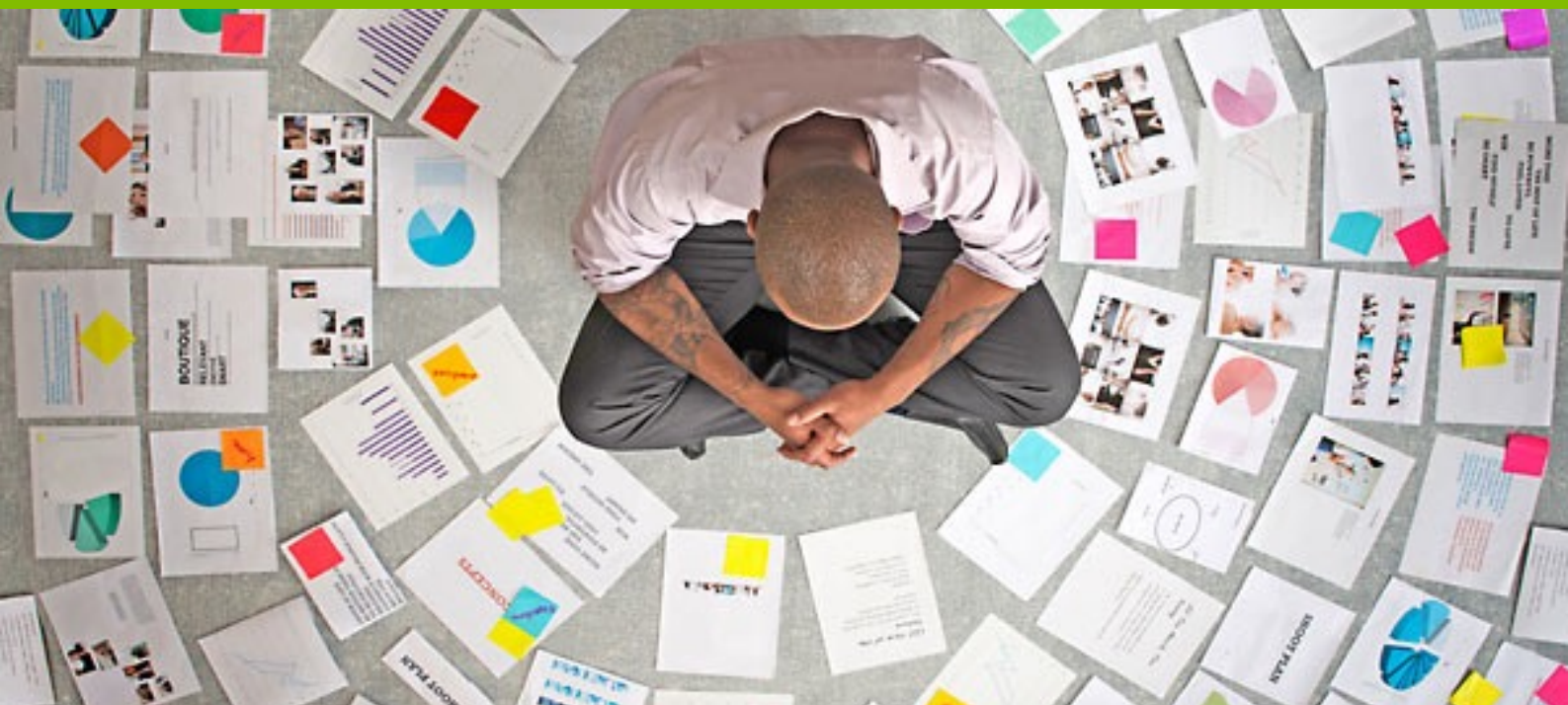
#### Perché oggi il mercato è cambiato rispetto al passato?

Il primo incontro ha l'obiettivo di creare un clima di collaborazione e condivisione all'interno dell'aula, ma allo stesso tempo comprendere quali sono gli **elementi fondamentali** e determinati su cui costruire il **percorso formativo**. Questa giornata, infatti, è strutturata per aiutare i partecipanti a comprendere cos'è successo sul mercato negli ultimi 30 anni e, di conseguenza, poter capire in modo semplice perché oggi le cose sono cambiate e perché il cliente esige un certo tipo di prodotto e servizio, ma soprattutto perché bisogna adottare determinati approcci per riuscire ad instaurare una buona relazione con il cliente.

Se non vi sarà la **consapevolezza del cambiamento**, ci sarà il rischio di continuare a proporre il proprio prodotto con lo stesso metodo di sempre, non ottenendo chiaramente risultati soddisfacenti e soprattutto in grado di poter generare la marginalità necessaria per poi procedere con dei progetti di sviluppo.

Questa giornata può essere distaccata rispetto all'intero percorso e vissuta come un evento unico, in quanto aiuterà i partecipanti a capire meglio la propria situazione aziendale, il perché di quanto è successo in questi ultimi anni e di conseguenza poter comprendere la direzione più corretta verso cui orientare la propria azienda.

Saranno inoltre condivisi alcuni **strumenti ed elementi basilari del marketing**, per permettere ai partecipanti del percorso completo di avere una stessa base di partenza, su cui poi costruire lo sviluppo formativo successivo.



## MARKETING ANALITICO - L'ANALISI

### II LEZIONE

**L'analisi è il punto di partenza per attuare una strategia di qualità.**

Il tema del secondo incontro sarà la fase di analisi. L'analisi all'interno di un'azienda è un fase tanto delicata quanto fondamentale, poiché costituisce il punto di partenza per poter attuare una strategia di qualità.

Molte volte si banalizzano queste attività, basando le proprie strategie su intuizioni o sensazioni, e non su **analisi oggettive e precise**. È evidente che questo approccio è molto pericoloso e soprattutto rischia di generare degli sprechi, che oggi sono insostenibili per qualsiasi tipo di azienda.

In questa giornata aiuteremo i partecipanti a capire il **significato e l'obiettivo dell'analisi**. Poi con grande concretezza cercheremo di trasferire alcune tipologie di analisi fondamentali, che aiuteranno l'imprenditore a capire il perché di un certo tipo di risultato e soprattutto andranno a far emergere le aree di miglioramento oggettive, sulle quali tarare le attività di sviluppo futuro.

In questa giornata forniremo molti **strumenti informatici e metodologici per costruire il proprio metodo analitico aziendale**.



## MARKETING STRATEGICO - LA PIANIFICAZIONE

### III LEZIONE

**L'analisi è il punto di partenza per attuare una strategia di qualità.**

La terza giornata sarà dedicata alla strategia. L'obiettivo è quello di far capire come una **strategia** realizzabile e corretta debba basarsi completamente su una serie di analisi oggettive, ben condotte e affidabili.

In questo incontro aiuteremo i partecipanti a comprendere le **regole base della pianificazione strategica**, che permetteranno poi di costruire un **modello di business**, al quale collegare tutte le **pianificazioni operative** necessarie per applicarlo, come: piano marketing, budget commerciale, piano comunicazione, piano incentivazione rete vendita, piano formativo e piano operativo.

Alla fine di questo incontro sarà possibile comprendere come l'applicazione sia una fase "semplice", se precedentemente è stata condotta una corretta e puntuale analisi, sulla quale basare l'attività strategica. Se la pianificazione strategica non sarà stata effettuata in base ai risultati ottenuti dall'analisi, non vi sarà un'applicazione operativa, ma solo improvvisazione.



## TRADE MARKETING E MARKETING OPERATIVO - L'APPLICAZIONE

IV E V LEZIONE

### **La comunicazione è marketing, ma il marketing non è comunicazione!**

Queste due giornate saranno destinate ad approfondire tutti gli **strumenti, azioni e supporti di marketing operativo** che si possono attivare, una volta definito il modello di business e le conseguenti pianificazioni.

Si parlerà quindi di **comunicazione** interna, esterna, adv, web, web marketing, vendita, guerrilla marketing, event, inbound marketing e della conseguente gestione di un **piano marketing** che dovrà sempre essere connesso con l'andamento del fatturato aziendale.

In quest'incontro ospiteremo un esperto per presentare alcuni strumenti e attività, relativi all'area dedicata all'**inbound marketing**, nello specifico la piattaforma Hubspot che non è solo uno strumento ma una forma mentis di vendita che vede l'unione tra marketing e sales per far sì che siano i potenziali clienti ad interessarsi a quello che gli possiamo offrire senza bombardarli di messaggi non affini ai loro bisogni.



## ESERCITAZIONE FINALE - MODELLO DI BUSINESS E PIANO MARKETING

### VI LEZIONE

#### Vuoi metterti alla prova?

L'ultimo incontro ha come obiettivo quello di **"sporcarsi le mani"** e provare ad applicare quanto appreso. Quindi, come nello sport, dopo tanti allenamenti è necessario "provarsi" in una partita amichevole.

Questa attività, sarà **facoltativa**, ma **molto importante**, poiché permetterà ai partecipanti di **costruire un modello di business** sulla base di un case history assegnato, per cui sarà anche elaborato un piano marketing dettagliato e connesso con la strategia definita.

Verranno costruiti dei gruppi di lavoro, i quali avranno a disposizione **40 giorni di tempo** per sviluppare un progetto che poi presenteranno a una commissione composta da un AD, un direttore marketing, un esperto di comunicazione e un direttore vendite.

Questa **esercitazione pratica** aiuterà i partecipanti a metabolizzare molto più velocemente quanto appreso e di conseguenza sarà più facile poi riportare le conoscenze acquisite all'interno della propria realtà aziendale.

### CALENDARIO

21 GENNAIO 2019  
18 FEBBRAIO 2019  
18 MARZO 2019  
15 APRILE 2019  
20 MAGGIO 2019  
17 GIUGNO 2019

### LOCATION

AGRITURISMO  
COSTA DEGLI ULIVI  
FUMANE (VR)

### ORARIO LEZIONI

Dalle 9.30 alle 17.30

## OPZIONI ISCRIZIONE

### 199 euro + iva

Quota di partecipazione alla prima giornata introduttiva. Tale quota è comprensiva di pausa caffè, pranzo e materiali forniti in aula.

### 1.290 euro + iva

Quota di partecipazione al percorso completo, compresa l'esercitazione finale. Tale quota comprende 6 giornate di formazione, pasti, materiale di supporto, assistenza personale e attestato di partecipazione.

## AGEVOLAZIONI

### 1.100 euro + iva

**Se porti un amico** (quota comprensiva di: 6 giornate di formazione, pasti, materiale di supporto, assistenza personale e attestato di partecipazione).

### 3.000 euro + iva

Se iscrizione di **tre partecipanti** appartenenti alla stessa azienda o amici (quota comprensiva di: 6 giornate di formazione, pasti, materiale di supporto, assistenza personale e attestato di partecipazione).

## SUPPORTO OPERATIVO

Per i partecipanti al corso vi sarà un ulteriore vantaggio, infatti vi sarà la possibilità di avere un **supporto consulenziale di una giornata** per attivare gli strumenti base nella propria azienda **al costo di 500 euro anziché 800 euro**.

### Per informazioni

[info@gabriellipartner.com](mailto:info@gabriellipartner.com) | 0462 502119 | [www.gabriellipartner.com](http://www.gabriellipartner.com)