



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

Davide 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!



Claudio Cont | Formatore G&A Group

Da oltre 15 anni mi occupo di marketing: dall'elaborazione analitica all'applicazione di progetti operativi. Ho sviluppato competenze trasversali in marketing e sviluppo commerciale e ho gestito una Divisione a 360°, che mi ha permesso di approfondire il mercato della sostenibilità ambientale applicata al mercato dell'edilizia, assumendo la direzione marketing di una società leader in tale mercato. La formazione è sempre stato uno strumento di crescita costante che mi ha sempre accompagnato sia nel lavoro, sia nello sport e nella vita.

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.



Giulia De Martin | Consulente marketing digitale G&A Group

Sono una persona socievole e positiva, per me dietro le nuvole c'è sempre il sole. Vivo a stretto contatto con il mondo del web in cui mi divido fra blogging, social media e web marketing ma, adoro il profumo della carta, dei libri antichi ed il tratto deciso di una buona penna stilografica, nonostante le dita macchiate di inchiostro. Mi definirei quindi un'allegria contraddizione fatta di letteratura inglese e tecnologia.



EVOLUZIONE DEL MERCATO E DEL MARKETING

I LEZIONE

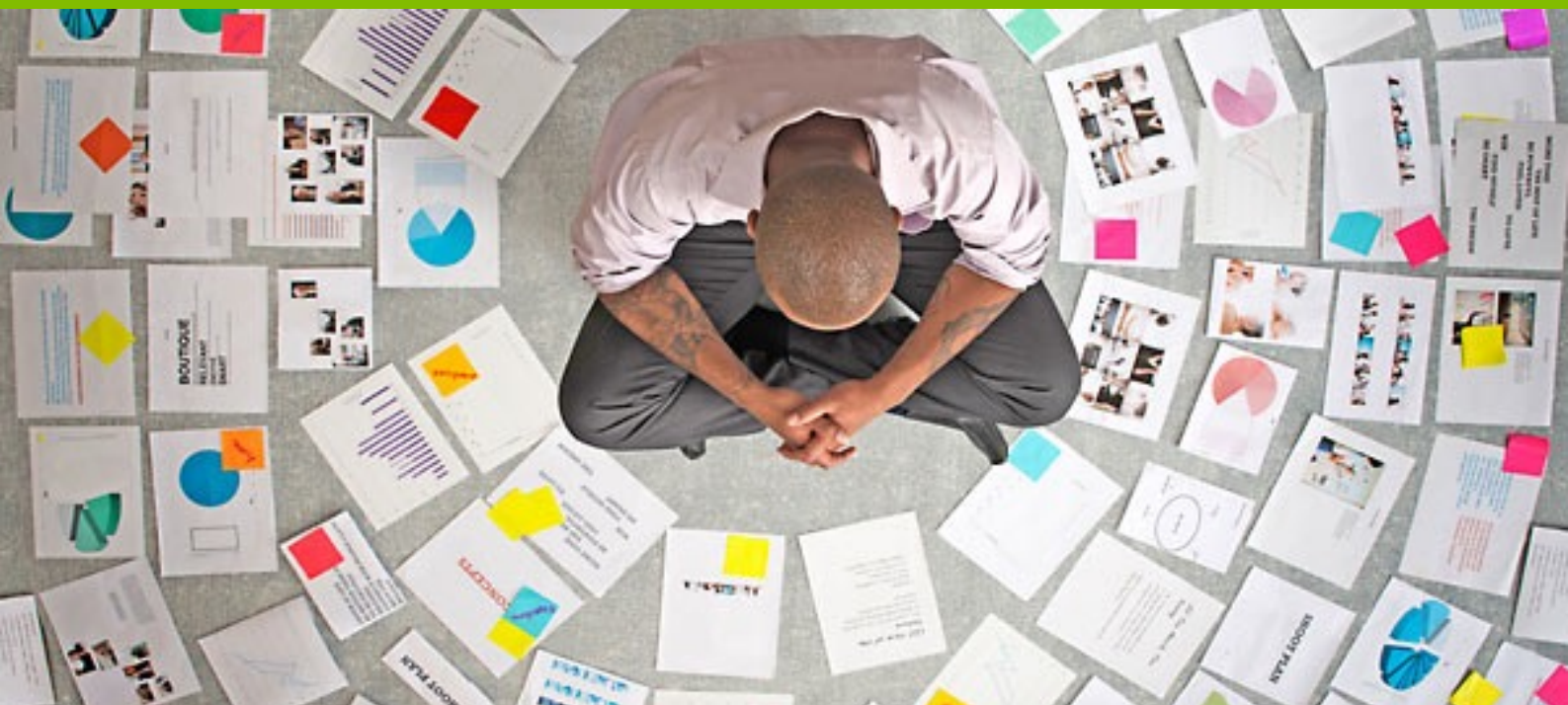
Perché oggi il mercato è cambiato rispetto al passato?

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

In questi incontri ospiteremo degli esperti per presentare alcuni strumenti e attività, relativi all'area web, video maker, CRM e un'importante Art Director di un'agenzia di comunicazione di primo livello, che aiuterà a comprendere come la strategia, se ben strutturata, è di facile applicazione con determinati strumenti e azioni di marketing operativo.



ESERCITAZIONE FINALE - MODELLO DI BUSINESS E PIANO MARKETING

V 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 | 0462 502119 | www.gabriellipartner.com