



MKT.06reg Brand Strategy: dall'Archetipo all'idea strategica

Corso FINANZIATO DA REGIONE LOMBARDIA - Bando Formazione continua - Fase VI

FINALITÀ

L'obiettivo del percorso formativo è quello di condurre le aziende alla comprensione delle dinamiche comunicative odierne. Il patrimonio comunicativo sta innanzitutto nel valore della marca. L'obiettivo è quello di diffondere la conoscenza e la reputazione della marca attraverso segnali ripetuti che raccontino della marca, ingenerando fiducia e costruendo strutture di memoria che i consumatori possono richiamare ogni volta che sono esposti alla stessa tramite la comunicazione.

Tale proponimento trova le sue ragioni nell'osservazione del mercato e della scarsa attitudine delle aziende a considerare come vero e proprio asset intangibile, quindi duraturo e rivalutabile nel tempo, la propria brand. Il tessuto aziendale è costituito da imprese che non approcciano il marketing e la comunicazione sotto un profilo strategico che poggia le fondamenta sull'analisi degli elementi di fondo del mercato di riferimento e del carattere distintivo della marca. Manca la strategia. Ovvero la comprensione delle fondamenta del comunicare. Tale manchevolezza lascia dei vuoti profondi nella fase successiva, cioè quella della produzione dei messaggi e delle azioni che impattano sulle scelte dei consumatori. Il percorso si propone quindi di colmare questo vuoto, conducendo i partecipanti in un percorso di Brand analisi che riguarda in particolare questi ambiti:

Il mercato e il cliente - La brand Identity - Il messaggio -La brand idea. L'obiettivo finale è che i partecipanti possano individuare gli elementi fondanti su cui poggiare le future azioni comunicative.

DESTINATARI

Il percorso è indicato alle figure che nell'azienda si occupano di marketing, della vendita e di project management. È altresì indicato agli imprenditori e ai titolari di azienda che per primi necessitano di una visione di ampio respiro rispetto alle dinamiche strategiche della brand. È indicato per tutti coloro che stanno gestendo un salto dimensionale, un cambio generazionale, un ampliamento della gamma dei prodotti, una riorganizzazione aziendale e di mercato. Particolarmente adatto nella fase di posizionamento o ri-posizionamento determinato dagli assestamenti del mercato indotti dalla tecnologia.

È rivolto alle figure: Direttore generale, CMO, Responsabile marketing, Direttore commerciale, strategist, Brand director.

È richiesta una competenza di base del business, delle dinamiche elementari della comunicazione e/o della vendita.

PROGRAMMA

Il corso si svolge in 8 incontri della durata di 4 ore circa. Il corso può essere effettuato in aula o a distanza (modalità smart working). Il percorso formativo è stato strutturato in modo da avere una prevalenza esperienziale. Pochi saranno i momenti di didattica frontale, era maggior parte dello spazio verrà dedicato al fare. Attraverso un applicativo web denominato Cesare, sarà possibile, per ciascun partecipante, redigere e compilare l'analisi strategia bidella propria azienda. Al termine del percorso verrà generata una relazione che conterrà gli elementi dell'analisi stessa. I moduli saranno i seguenti:

1. Marketing e mercato: Obiettivi di marketing - Analisi swot - Prodotto - Mercato e trend - competitors - Cliente;
2. L'identità del Brand: Perché, come e cosa - purpose - USP - naming, logo e payoff – posizionamento Archetipo e brand cues
3. Comunicazione: Messaggio - Piramide del valore B2B/B2C -Obiettivo superiore - Tattica – Budget
4. Brand essence: Brand Idea - Sintesi della strategia – suggerimenti





DOCENZA

Enzo Volpi ed Elena Barbieri

SVOLGIMENTO

32 ore.

Il calendario verrà definito a raggiungimento numero minimo di partecipanti, sufficienti a formare l'aula

COSTI

€ 750,00 + iva per Aziende Associate/Non Associate

Il corso è finanziato tramite il Bando Formazione Continua Fase VI e rientra nel Catalogo delle offerte di formazione continua proposto da Servizi Confindustria Bergamo srl.

Gli interventi formativi del catalogo sono finanziati attraverso un voucher riconosciuto direttamente all'impresa per fruire di corsi di formazione da scegliere nell'ambito di un catalogo regionale.

Ciascun lavoratore può richiedere fino a 2.000 euro di voucher all'anno. L'azienda, invece, ha a disposizione fino a 50.000 euro l'anno.

La richiesta del voucher deve essere effettuata tramite piattaforma bandi.servizirl.it.

