



## **MKT.06reg\_FAD Brand Strategy: dall'Archetipo all'idea strategica**

### **Corso Online – 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**, consulente, marketer, strategist, opera nel campo del marketing strategico ed è amministratore di un'agenzia di comunicazione, autore del libro "Evoluzione edile": primo manuale di marketing per l'edilizia in Italia edito da Franco Angeli (2016).

**Elena Barbieri**, consulente di Marketing, Ricercatrice e Trainer. Ricercatore Associato presso Centrimark, Docente di Consumer Behavior presso il Master di Marketing Management, Università Cattolica Milano. Autrice di "Insight. L'anima della marca" Youcanprint ediz, 2014 e di "Attraverso gli Archetipi" Youcanprint ediz, 2018.

### **SVOLGIMENTO**

**Avvio MAGGIO 2021 – CALENDARIO IN DEFINIZIONE.**

### **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.**

Info: [s.guerrini@serviziconfindustria.it](mailto:s.guerrini@serviziconfindustria.it)  
[c.giordano@serviziconfindustria.it](mailto:c.giordano@serviziconfindustria.it)  
[formazione@serviziconfindustria.it](mailto:formazione@serviziconfindustria.it)

