

Corso di Comunicazione

La comunicazione per le piccole e medie imprese

Fra nuove opportunità di business e strumenti innovativi per ottimizzare le risorse

15 marzo 2013 - 9:30 - 17:30

Abstract

Il corso intende informare gli imprenditori sulle nuove **opportunità** per la **comunicazione d'impresa**. L'obiettivo sarà quello di favorire la diffusione di idee e stimoli tra i partecipanti, illustrando lo scenario di riferimento e spiegando come gestire in modo efficace la comunicazione di impresa, per fare al contempo **business** e per realizzare un **vantaggio competitivo** sui concorrenti, anche grazie alle consistenti opportunità fornite dai nuovi mezzi on e offline.

A chi è rivolto

I corsi sono rivolti a Titolari, Dirigenti, Amministratori Delegati, membri dello staff di piccole e medie imprese, consulenti, Responsabili Marketing e Comunicazione, collaboratori di agenzie di comunicazione, Project Manager e professionisti appassionati di nuove tecniche di comunicazione on line e off line.

Docenti

Luca Targa, Francesca Puccetti, Elena Baglietti, Rita Bonetti

Programma

09:30-11:30

PRIMA PARTE - LEARNING

La comunicazione nelle PMI

Perché comunicare e cosa c'entra col business

Conosci il tuo cliente

Analisi desk, analisi field e focus group. Case history

Conosci il tuo nemico

Analisi dei concorrenti, posizionamento strategico e competitivo. Individuazione delle prospettive future. Case history

L'immagine coordinata

La corporate identity: dall'identità di un'azienda alla comunicazione della sua immagine. I tratti distintivi come valori aggiunti per distinguersi ed emergere fra i competitors

Branding e Lead Generation

Campagne di web marketing. Come farci conoscere dal nostro target e attrarre clienti interessati ai nostri prodotti e servizi. Case history

Boraso.com Academy

Via Eridania 133/D, 45030 Occhiobello (Rovigo)

Persona di riferimento: Francesca Lorenzoni

Telefono: 0425 760320

Mail: academy@boraso.com

Sito: <http://www.boraso.com/academy/>

11:30-12:00

COFFEE BREAK

12:00-13:00

SECONDA PARTE - LEARNING

Il lovemark: le idee chiave per far innamorare i consumatori

Spunti di riflessione: Siete sicuri che i vostri clienti vi percepiscano come vorreste? Pensate ai vostri principali concorrenti, sentite di distinguervi da loro? E questa differenza viene percepita dall'utente/consumatore al momento della scelta d'acquisto?

Conosci il tuo cliente, dagli ciò che lui ha bisogno, fidelizzalo, e sarà tuo per sempre.

13:00-14:00

PRANZO

14:00-15:30

PRACTICE

Simulazioni pratiche

15:30-16:00

COFFEE BREAK

16:00-17:30

CONCLUSIONI

Valutazione degli esercizi pratici, spazio per le domande e saluti.