

# CATALOGO CORSI MARKETING

## E COMUNICAZIONE

### INDICE

<u>ELENCO CORSI</u>	<u>ID</u>	<u>Pag.</u>
La misurazione delle attività di marketing	[CM01]	2
Tecniche di sviluppo del portafoglio clienti e contenimento dei costi commerciali	[CM02]	3
Digital marketing e social media communication	[CM03]	4
Sviluppare un piano di marketing e vendite	[CM04]	5
Come Google cambia la comunicazione aziendale: dall' indicizzazione alla reputazione	[CM05]	6
La Comunicazione Aziendale ai tempi dei Social Network	[CM06]	7
Gli step del piano di comunicazione	[CM07]	8
Il Brief creativo	[CM08]	9
Il linguaggio della pubblicità	[CM09]	10

## La misurazione delle attività di marketing

<b>Codice corso:</b>	CM01
<b>Obiettivi:</b>	Il Corso presenta le modalità di misurazione che consentono alla funzione Marketing aziendale di avere un feedback quantitativo e qualitativo delle proprie azioni, degli investimenti ad esse collegate e di giustificarli all'Alta Direzione.
<b>Destinatari:</b>	Product Manager, Brand Manager, Marketing Manager, Responsabili di Divisione, Direttori Vendite, Consulenti, Controller.
<b>Durata:</b>	16 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto
<b>Contenuti:</b>	<p>Metriche di input e di output e misurazione delle azioni di marketing.</p> <p>Dalle azioni di marketing ai risultati finanziari.</p> <p>Misurare le percezioni trasferite al consumatore.</p> <p>Progettare una customer satisfaction: obiettivi, indicatori, misurazioni quali/quantitative, lettura strategica dei risultati.</p> <p>Web analytics, social media, cenni di SEO Search Engine Optimization.</p> <p>Collegare i risultati di mercato al conto economico.</p> <p>La costruzione delle informazioni necessarie per rapportarsi con l'alta Direzione.</p>
<b>Esercitazioni:</b>	Casi di studio aziendali, esercitazioni di gruppo
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 450,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## Tecniche di sviluppo del portafoglio clienti e contenimento dei costi commerciali

<b>Codice corso:</b>	CM02
<b>Obiettivi:</b>	Fornire ai partecipanti strumenti pratici per riconoscere quanti e quali clienti hanno ancora un potenziale inespresso, ottimizzare i costi commerciali, aumentare i profitti sui clienti esistenti, individuarne di nuovi
<b>Destinatari:</b>	Responsabili di Divisione, Direttori Vendite, Consulenti, Imprenditori, Quadri, Marketing Manager
<b>Durata:</b>	8 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto
<b>Contenuti:</b>	L'analisi dei clienti: identificazione e classificazione dei clienti. La creazione di un database clienti più funzionale ed efficiente. La piramide clienti (il 20% dei clienti genera l'80% delle vendite). Come individuare i clienti da far crescere, i clienti da mantenere, nuovi clienti da attrarre. Calcolare il costo di acquisto del cliente potenziale. Il profitto per cliente e l'ottimizzazione dei costi commerciali
<b>Esercitazioni:</b>	Casi di studio
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 220,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## Digital marketing e social media communication

<b>Codice corso:</b>	CM03
<b>Obiettivi:</b>	<p>Il mondo della comunicazione online è in costante fermento: occorrono figure professionali che sappiano allinearsi con gli attuali scenari e accogliere quelli futuri.</p> <p>Il corso vuole fornire ai partecipanti una visione organica e completa dell'attuale scenario digitale, attraverso gli aspetti chiave necessari a pianificare attività di marketing e comunicazione.</p> <p>Inoltre, si prefigge di trasferire metodologie e tecniche aggiornate per integrare il web, gli strumenti Social, il marketing e la comunicazione.</p>
<b>Destinatari:</b>	Figure professionali che operano negli enti pubblici, nelle associazioni, ordini professionali, enti di formazione, nelle piccole e medie imprese.
<b>Durata:</b>	16 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto
<b>Contenuti:</b>	<p>Panoramica Social Media - L'evoluzione del marketing. Facebook for business. Twitter and LinkedIn Strategy. L'arte del blogging. Mobile Marketing. Reputation Management. SEO - Posizionamento sui motori di ricerca.</p>
<b>Esercitazioni:</b>	Pratica sul campo
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 450,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Social Listening e Brand Reputation

## Sviluppare un piano di marketing e vendite

<b>Codice corso:</b>	CM04
<b>Obiettivi:</b>	<p>Acquisire metodi e strumenti per elaborare e presentare il piano di marketing. Valutare le possibili strategie di marketing e i loro vincoli.</p> <p>Elaborare un piano di marketing strategico e operativo che sia un punto di riferimento per tutta l'azienda. Validare le tappe chiave del processo di pianificazione fino alla</p>
<b>Destinatari:</b>	<p>Direttori Commerciali, Responsabili Marketing, Product Manager</p> <p>Manager responsabili della pianificazione di marketing e delle vendite</p>
<b>Durata:</b>	16 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto
<b>Contenuti:</b>	<p>Il piano di marketing nella strategia aziendale.</p> <p>Costruire il piano di marketing: strumenti e metodi.</p> <p>Definire gli obiettivi, interni ed esterni all'azienda, e le strategie di crescita a breve e medio/lungo termine.</p> <p>Analisi dello scenario competitivo e della concorrenza.</p> <p>Analisi dei punti di forza e debolezza, minacce e opportunità (SWOT).</p> <p>Come segmentare il mercato, analizzarne il potenziale di vendita, individuare il posizionamento aziendale e quello dei concorrenti.</p> <p>La segmentazione della clientela.</p> <p>La definizione del budget e delle previsioni.</p> <p>Misurazione dei risultati di reddito e finanziari.</p>
<b>Esercitazioni:</b>	Casi di studio aziendali, esercitazioni di gruppo
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 450,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## Come Google cambia la comunicazione aziendale: dall'indicizzazione alla reputazione

<b>Codice corso:</b>	CM05
<b>Obiettivi:</b>	Fornire una panoramica sull'evoluzione del web, analizzando le dinamiche legate a Google e le opportunità offerte dall'indicizzazione organica e a pagamento. Dare le indicazioni operative di base per l'indicizzazione di un sito e la creazione di un ecosistema digitale.
<b>Destinatari:</b>	Titolari di azienda, Manager, Responsabili Marketing e Comunicazione.
<b>Durata:</b>	8 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto.
<b>Contenuti:</b>	Le basi di Google. Differenza tra indicizzazione organica e a pagamento. Google images. Pro e contro di adwords e adsense. La rivoluzione dal web 1.0 al 2.0. Come cambia il mondo per la comunicazione aziendale. I nuovi spazi del web 2.0. La reputazione digitale. Influenzare l'indicizzazione organica: regole base di SEO.
<b>Esercitazioni:</b>	Esami di casi aziendali.
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi 2015. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 220,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## La Comunicazione Aziendale ai tempi dei Social Network

<b>Codice corso:</b>	CM06
<b>Obiettivi:</b>	Fornire una panoramica sullo stato attuale del web, analizzando strumenti, dinamiche e opportunità offerte dai principali social network. Dare le indicazioni operative di base per la gestione di profili social su Facebook, Linkedin, Twitter, Youtube e Pinterest.
<b>Destinatari:</b>	Titolari di azienda, Manager, Responsabili Marketing e Comunicazione.
<b>Durata:</b>	8 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto.
<b>Contenuti:</b>	I mercati sono conversazioni: origini, sviluppo e numeri dei social network. Gli spazi per fare business: dialogo e advertising. Dalla pubblicità all'informazione. I consumatori sono persone. Comunicare in modo intelligente: blog aziendale e social network. Facebook: le pagine aziendali, il dialogo con gli utenti, le attività promozionali, l'advertising, gli insights. Linkedin: il profilo personale, il profilo aziendale, i gruppi. Twitter: il profilo personale, l'ascolto, @ e #, come farsi sentire. Youtube: il canale, video ottimizzati e video virali, le interazioni (like, commenti e risposte), gli insights. Pinterest: Il profilo aziendale, la ricerca, pin e bacheche, come farsi notare.
<b>Esercitazioni:</b>	Esami di casi aziendali.
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 220,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## Gli step del piano di comunicazione

<b>Codice corso:</b>	CM07
<b>Obiettivi:</b>	Il corso consente di acquisire metodi per la realizzazione del piano di comunicazione sia in termini strategici sia operativi: il posizionamento, gli obiettivi di comunicazione, il target e gli insight per il brief creativo e media, il "briefing", la collaborazione con le agenzie esterne, la valutazione delle proposte.
<b>Destinatari:</b>	Marketing manager, Product manager, manager responsabili e coinvolti nelle attività di comunicazione.
<b>Durata:</b>	16 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto.
<b>Contenuti:</b>	Costruire il piano di comunicazione: strumenti e metodi. Definire gli obiettivi e le strategie. Analisi dello scenario competitivo e della concorrenza (posizionamento e strategie di comunicazione). Il target di comunicazione. Come costruire un brief per le agenzie e il briefing. Valutazione delle proposte e eventuali ricerche. Gli step operativi: le fasi di produzione, timing e budget.
<b>Esercitazioni:</b>	Discussioni di best cases e esercitazioni di gruppo.
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 450,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## IL Brief creativo

<b>Codice corso:</b>	CM08
<b>Obiettivi:</b>	Il corso consente di acquisire metodi e best practice per l'elaborazione e la scrittura del brief creativo: la scelta di un format di documento condiviso, il target e gli insight, il tono di voce, il momento del "briefing", la collaborazione con le agenzie, la valutazione delle proposte.
<b>Destinatari:</b>	Marcomm manager, Product manager, manager responsabili e coinvolti nelle attività di comunicazione.
<b>Durata:</b>	8 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto.
<b>Contenuti:</b>	La marca e i suoi asset. Gli obiettivi. Il target di comunicazione e gli insight. Il key message. Il tono di voce. I deliverables. Timing e budget.
<b>Esercitazioni:</b>	Discussioni di best cases ed esercitazioni di gruppo.
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 220,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## Il linguaggio della pubblicità

<b>Codice corso:</b>	CM09
<b>Obiettivi:</b>	Il corso vuole introdurre i partecipanti a una maggiore e più consapevole conoscenza di cosa sia la pubblicità contemporanea, in particolare dei suoi linguaggi creativi e delle sue meccaniche narrative.
<b>Destinatari:</b>	Marcomm manager, Product manager, manager responsabili e coinvolti nelle attività di comunicazione.
<b>Durata:</b>	8 ore
<b>Pre requisiti:</b>	Nessun requisito specifico richiesto.
<b>Contenuti:</b>	La pubblicità tradizionale: TV, stampa, OOH Anatomia di un format tv. Il ruolo dei testimonial. Pubblicità digitale: viralità, responsive marketing su Twitter, social engagement su Facebook. La pubblicità per strada: relationship marketing, interactive outdoor, guerrilla, flashmob. La nuova brand awareness: il cultural marketing.
<b>Esercitazioni:</b>	L'approccio sarà fortemente partecipativo e si fonderà sull'analisi testuale di pubblicità e case study esistenti.
<b>Date:</b>	Verificare la prima data disponibile su Calendario Corsi. Per corsi aziendali da definire a seconda delle richieste.
<b>Sede:</b>	Milano, Viale San Michele del Carso, 30
<b>Costo:</b>	€ 220,00 + IVA
<b>N° minimo di partecipanti:</b>	8
<b>Contenuti aggiuntivi per corso in azienda</b>	Nessuno.

## ***NOTE VALIDE PER TUTTI I CORSI***

<p><b>DOCENTI:</b> Il team dei docenti è composto da tecnici, personale medico, giuristi, tecnici ASL, esperti di comunicazione, di gestione del credito e dei singole materie trattate, che svolgono attività di consulenza e di formazione da almeno 5 anni.</p> <p><b>MATERIALE DIDATTICO:</b> Ad ogni corsista verrà rilasciata una copia delle dispense e delle esercitazioni, in formato cartaceo e/o elettronico</p> <p><b>ATTESTATI:</b> L'attestato verrà rilasciato ad ogni partecipante, a seguito del raggiungimento del monte ore minimo di frequenza a corso, del regolare pagamento e del superamento della prova di apprendimento.</p> <p><b>QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE E VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO:</b> Al termine del corso verrà richiesta ai partecipanti la compilazione di un questionario per la verifica dell'apprendimento</p> <p><b>SEDE DEI CORSI:</b> I corsi si terranno nella sede di Viale San Michele del Carso n°30 a Milano. Solo in caso di raggiungimento di un certo numero di partecipanti, i corsi si potranno svolgere presso l'azienda di appartenenza.</p> <p><b>AGEVOLAZIONI:</b> Si applica il 10% di sconto dal secondo iscritto di una stessa azienda</p> <p><b>MODALITA' DI ISCRIZIONE:</b> L'iscrizione potrà essere effettuata inviando la Scheda di iscrizione al seguente indirizzo: <a href="mailto:formazione@galileosistemi.it">formazione@galileosistemi.it</a></p>	<p><b>MODALITA' DI PAGAMENTO:</b> Il pagamento dovrà essere effettuato alla conferma dell'effettivo svolgimento del corso, tramite bonifico bancario, utilizzando le seguenti coordinate:</p> <p>Galileo Sistemi S.r.l. Banca Popolare di Bari Filiale di Milano – Porta Romana IBAN: IT87Q0542401600000001001479</p> <p>Copia del bonifico dovrà pervenire all'indirizzo e-mail <a href="mailto:formazione@galileosistemi.it">formazione@galileosistemi.it</a> entro due giorni dall'inizio del corso affinché l'iscrizione sia ritenuta valida.</p> <p><b>DIRITTO DI RECESSO</b> Ogni partecipante può fruire del diritto di recesso inviando la disdetta, tramite fax, a Galileo Sistemi S.r.l., almeno 10 giorni lavorativi prima della data di inizio del corso. In tal caso, la quota versata sarà interamente rimborsata. Nessun recesso potrà essere esercitato oltre i termini suddetti, pertanto qualsiasi successiva rinuncia alla partecipazione non darà diritto ad alcun rimborso della quota di iscrizione versata. È però ammessa, in qualsiasi momento, la sostituzione del partecipante. Ai fini della fatturazione fa fede la data d'iscrizione</p> <p><b>ANNULLAMENTO O VARIAZIONE DELL'ATTIVITA' PROGRAMMATA:</b> L'iscrizione dovrà pervenire alla segreteria almeno 15 gg lavorativi prima dell'avvio del corso. Alcuni giorni prima dell'avvio del corso verrà comunicata la conferma dell'avvenuta iscrizione e la conseguente richiesta di pagamento.</p>
---	---