



MARKETING E COMUNICAZIONE GREEN: COME REALIZZARE STRATEGIE DI SUCCESSO

Presentazione

Un corso su come definire la miglior strategia di marketing e comunicazione per promuovere prodotti e servizi green, con particolare attenzione anche alle nuove opportunità offerte dal web, dai social media, da tablet e smartphone...

Organizzato dal Gruppo Atlantide, il corso fornisce una panoramica su tutti gli strumenti necessari per sviluppare una efficace politica di marketing e comunicazione: rendere i prodotti più vicini alle esigenze degli acquirenti, far conoscere i plus ambientali dei prodotti anche attraverso le certificazioni, migliorare i servizi alla clientela, definire le strategie di prezzo, le politiche di comunicazione, ottimizzare la distribuzione e l'organizzazione delle vendite.

Durata

Il corso è articolato in quattro moduli, ciascuno di 4 ore, per un totale di 16 ore.

Dove

Il Corso si può tenere a scelta del committente:
presso la sede dell'Impresa o Ente committente
oppure in forma residenziale presso la libera università di Alcatraz (Gubbio).

A chi è indirizzato

Il corso si rivolge a imprenditori, professionisti, responsabili Marketing, responsabili Comunicazione che operano all'interno di Imprese o Enti che offrono (o intendono offrire) prodotti o servizi Green.

Per partecipare non è indispensabile essere già degli esperti. Tutti i contenuti, anche quelli più "tecnici", sono proposti dai docenti in forma colloquiale e comprensibile, mantenendo l'obiettivo di offrire ai partecipanti un bagaglio di conoscenze che consenta loro a fine corso di partecipare in modo consapevole e proattivo alla definizione delle strategie di marketing e comunicazione.

Numero di partecipanti

Il numero minimo è di 6, il massimo è di 12 persone, per garantire la piena interazione e coinvolgimento di tutti i partecipanti.

I partecipanti possono provenire da una singola Impresa o Ente o da più organizzazioni diverse.



Programma

1° modulo

- Il green marketing: che cos'è, come si applica, quali le specificità e le differenze rispetto al marketing tradizionale;
- L'evoluzione necessaria delle organizzazioni green oriented: dall'attenzione "al prodotto" all'attenzione anche "al mercato";
- Sviluppare il mercato: analizzare la domanda di prodotti e servizi "green", individuare i target, capirne le esigenze;
- Conoscere i concorrenti: analizzare la concorrenza per capire i propri punti di forza e di debolezza e le opportunità di sviluppo;

2° modulo

- Il Green Marketing Mix "DOC": l'utilizzo delle leve di marketing per migliorare le performance economiche dell'impresa green oriented;
- Costruire l'offerta: l'analisi del portafoglio prodotti per migliorare la capacità di rapporto con la clientela;
- I diversi tipi di certificazione ambientale.

3° modulo

- Comunicare "green": il piano di comunicazione tra mezzi tradizionali e nuovi media;
- Grafica e comunicazione visiva a servizio del Green;
- La presenza nel web e sui social: migliorare stickyness, usability, engagement;
- Utilizzare al meglio le opportunità offerte da smartphone, tablet, app, webapp...

4° modulo

- Definire il pricing più corretto: le politiche di prezzo; il prezzo atteso e il prezzo accettato;
- Migliorare le vendite: i canali distributivi, l'organizzazione del personale di contatto con la clientela;
- In sintesi: la scelta delle strategie e degli approcci più efficaci per prodotti e servizi green oriented.

Al termine del corso sarà rilasciato un attestato di frequenza ai partecipanti.



Metodologia didattica

Per garantire il pieno coinvolgimento dei partecipanti si farà ampio ricorso anche a metodologie attive (case history; lavori di gruppo; esercitazioni pratiche).