



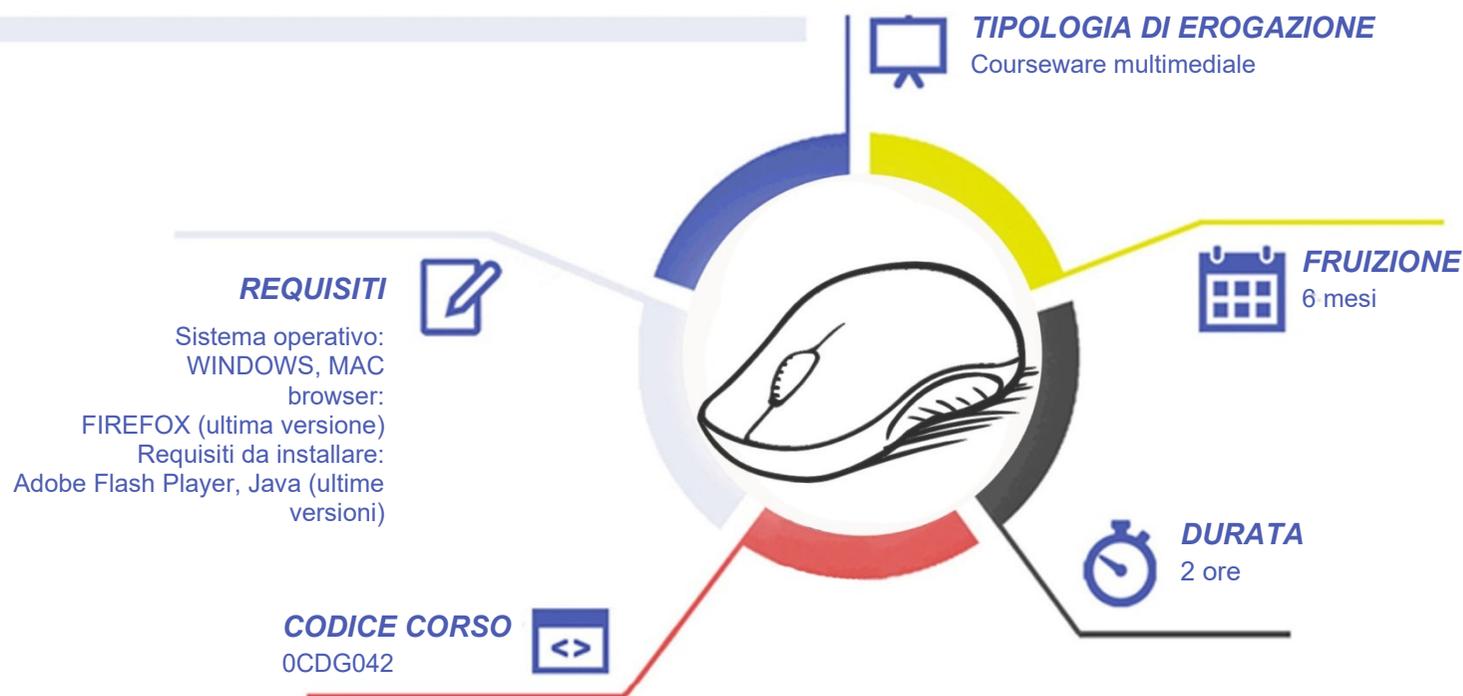
Strategie di Benchmark Analysis

A CHI SI RIVOLGE

Il corso è rivolto a imprenditori e dipendenti interessati ad applicare tecniche e strategie di social media marketing per la promozione delle loro attività, a freelance e lavoratori autonomi che operano nel settore digitale e vogliono aggiornare le loro competenze web e social media.

OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di insegnare tecniche relative alla differenziazione su cui si fonda il posizionamento del brand. Il Brand positioning è la posizione occupata da un brand (e dai relativi prodotti) nella mente dei consumatori sulla base della sua differenziazione rispetto ai competitor. Quest'ultima può riguardare le caratteristiche uniche dei prodotti, la comunicazione pubblicitaria, la customer experience o la brand identity e i valori ad essa collegati. Pertanto l'approccio alla base del posizionamento nel mercato non è quello di creare necessariamente un qualcosa di nuovo e diverso, bensì quello di capire ciò che già è presente nella mente dei consumatori andando a studiare come ragiona la concorrenza per batterla in questo frangente.





COMPETENZE DIGITALI

CONTENUTI

Brand e Trade Mark

- Cosa si intende per Brand?
- Insegna, marchio, logo, packaging, tutti o qualcuno Quale strategia?
- Colori movimento o total black
- Cosa si intende con.... 'fare Branding'?
- Il Marchio lo copio o cerco l'originalità?
- 6 Salvaguardia: la registrazione del marchio; La difesa legale
- Salvaguardia: il controllo dell'utilizzo nel web del marchio
- La Brand Identity

Brand Positioning e repositioning

- Posizionamento del prodotto vs Posizionamento del brand
- Definizioni
- Segmenti di mercato, caratteristiche di prodotto, concorrenza
- La corretta strategia di posizionamento,
- Value proposition e vantaggio competitivo

Comunicare il brand Positioning

- La formula di comunicazione
- Mix media e comunicazione – piani di marketing
- Influence marketing
- Content marketing
- Guerriglia marketing
- Social media marketing e Positioning
- SEO e Marketing sui MDR

Mantenere la Brand Positioning

- Monitorare il brand positioning
- Brand reputation
- Azioni di riposizionamento

Conclusioni

- Come condurre una analisi sul proprio prodotto

ESERCITAZIONI

All'interno del corso vi saranno momenti di verifica aventi come oggetto domande attinenti all'argomento appena trattato. In caso di risposta errata, l'utente non potrà proseguire o concludere la formazione se non affrontando nuovamente il momento di verifica.

SUPERAMENTO

Una volta seguite tutte le lezioni proposte nella loro interezza di tempo è possibile ottenere l'attestato di superamento del corso. Gli attestati conseguibili sono nominali per singolo corso ed è possibile ottenerli solo al corretto completamento del momento formativo finale.

CERTIFICAZIONI

Gli attestati rilasciati permettono di acquisire competenze secondo quanto indicato dal Framework DigComp 2.1 e, quindi, sono in grado di attestare in maniera oggettiva le competenze digitali necessarie per operare correttamente a livello professionalizzante nel lavoro in Europa.

I VANTAGGI DELL'E-LEARNING

- Risparmio in termini di tempi/costi - Piattaforma AICC/SCORM 1.2 conforme agli standard internazionali
- Accessibilità ovunque e in ogni momento - Possibilità di rivedere le lezioni anche dopo aver terminato il corso