



### Il Marketing pratico del vino

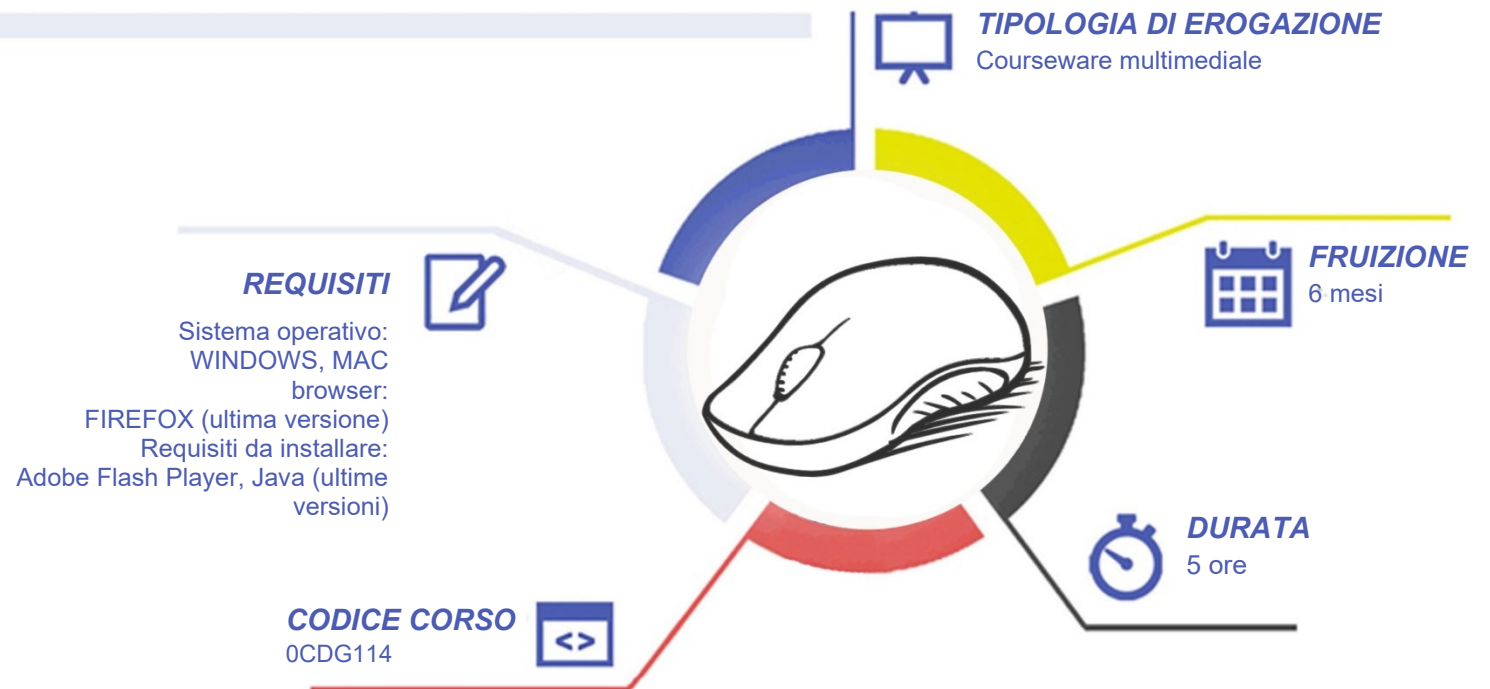
#### A CHI SI RIVOLGE

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

#### OBIETTIVI

Il corso tratterà il mondo del marketing del vino in maniera pratica, per aiutare le cantine di dimensioni piccole e medie a ristrutturare il loro modo di affacciarsi al mercato odierno, con consigli e guide che vengono già adottati da cantine che crescono anno per anno con investimenti minimi e ponderati.

Il corso fornisce un manuale pratico su cosa fare e non fare nella realtà di oggi, fatta principalmente di web e social.





# COMPETENZE DIGITALI

## CONTENUTI

Posizionarci nella fetta di mercato corretta

- PRO e CONTRO del marketing di oggi
- L'importanza della Brand Positioning

Ridefinire l'immagine aziendale

- Il concetto di comunicazione coordinata
- Dal logo alle brochure
- Il packaging di bottiglie e confezioni
- La nostra immagine sul web, com'è e come dovrebbe essere
- I Social Network: quali scegliere e perchè

Il valore di trasmettere le emozioni

- Emozione. Un punto fondamentale sulla scelta di un vino
- Territorio: Perché questo argomento è importante?

Grandi aziende e piccola realtà, tutti hanno qualcosa da insegnarci

- Essere una piccola realtà, i vantaggi
- Studiare dai grandi e riportare il tutto sulla nostra realtà

Vendere in Italia, poi all'estero

- Come cambia il mercato
- Iniziare a "costruire" una rete di vendita adeguata al nostro mercato
- Attenzione ai "supereroi" della vendita. Tanto fumo e...

Gli eventi in cantina, quando e come farli

- Le dimensioni non contano .. conta quanto trasmettiamo
- I format di un evento. Servizio e costi minori con il co-marketing

Social Network e visibilità

- L'importanza dei social: come gestirli in base al nostro tempo/budget
- Le scelte che vanno dal piano editoriale alle foto
- Pagina aziendale o profilo personale? Mai avere questo dubbio
- Guida alla creazione del profilo aziendale in Facebook
- Guida alla creazione del profilo aziendale in Instagram
- La SEO come strumento di marketing spiegato con degli esempi pratici
- La conclusione di un bel percorso

## 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