

Comunicazione, marketing e social media strategy per il professionista tecnico

OBIETTIVO DEL CORSO

Se sei un professionista ambizioso, desideroso di potenziare la visibilità e la redditività del tuo business, questo corso è stato creato appositamente per te.

La comunicazione efficace è il fulcro del successo aziendale, e questo corso intende guidarti attraverso strategie e strumenti adatti a costruire una presenza online ed offline coinvolgente. Imparerai a trasformare le tue competenze tecniche in messaggi accattivanti, a creare una forte identità di marca e a sfruttare i social media per raggiungere il tuo pubblico ideale. Condivideremo competenze spendibili in molti contesti, e forniremo tattiche adattabili alle tue esigenze.

Scegli questo corso per ottenere le competenze necessarie a distinguerti "tra tanti", a generare nuove opportunità di business e a costruire relazioni durature con i clienti.

Adatto a tutti i tipi di professionisti che, nella loro quotidianità lavorativa, debbano confrontarsi con la comunicazione verso clienti (reali o potenziali), ma anche verso partner ed istituzioni, e che vogliano quindi avere un vantaggio concreto nei confronti dei competitor.

Introduzione

Lezione 1 – Introduzione alla comunicazione efficace – durata 50 minuti

- 1.1 – Introduzione
- 1.2 - Definizione di comunicazione e suoi principi fondamentali
- 1.3 - Ruolo della comunicazione nella sfera professionale
- 1.4 - Tecniche per migliorare le abilità comunicative

Lezione 2 – Fondamenti di marketing – durata 40 minuti

- 2.1 - Concetti di base del marketing e sua importanza per le professioni tecniche
- 2.2 - Segmentazione del mercato e target di riferimento
- 2.3 - Comprendere i bisogni e i desideri del cliente
- 2.4 - Creazione di una proposta unica di vendita (USP)

Lezione 3 – Ricerca di mercato e analisi dei concorrenti – durata 40 minuti

- 3.1 - Metodologie per la ricerca di mercato

3.2 - Raccolta e analisi dei dati di mercato

3.3 - Valutazione della concorrenza e analisi SWOT

Lezione 4 - Sviluppo di una strategia di marketing – durata 25 minuti

4.1 - Definizione degli obiettivi di marketing

4.2 - Pianificazione delle strategie di posizionamento. Selezione dei canali di distribuzione

Lezione 5 - Strumenti di marketing tradizionali – 45 minuti

5.1 - Pubblicità e promozione

5.2 - Relazioni pubbliche e gestione delle crisi

5.3 – Marketing diretto e vendite personali

5.4 - Sponsorizzazioni e partnership

Lezione 6 - Introduzione ai social media – 35 minuti

6.1 - Panoramica delle piattaforme di social media più comuni

6.2 - Vantaggi e opportunità offerti dai social media per le professioni tecniche

6.3 - Sviluppo di una presenza online efficace

Lezione 7 - Creazione di una strategia sui social media– 45 minuti

7.1- Definizione degli obiettivi di social media

7.2 - Identificazione del pubblico target sui social media

7.3 - Selezione delle piattaforme adatte al pubblico target

7.4 - Creazione di contenuti rilevanti e coinvolgenti

Lezione 8 - Gestione delle campagne sui social media – 40 minuti

8.1 - Pianificazione e programmazione delle campagne sui social media

8.2 - Monitoraggio delle metriche di performance e analisi dei dati

8.3 - Gestione delle interazioni e del coinvolgimento degli utenti

Lezione 9 - Misurazione dei risultati di marketing – 20 minuti

9.1 - Indicatore chiave di performance (KPI) per valutare l'efficacia delle attività di marketing

9.2 - Utilizzo di strumenti di analisi per misurare i risultati

Lezione 10 - Monitoraggio e adattamento delle strategie di marketing – 20 minuti

10.1 - Interpretazione dei dati e identificazione delle opportunità di miglioramento

10.2 - Analisi e adattabilità

DOCENTE

Giuliomaria Garbellotto

DURATA CORSO

6 ore