

Marketing e sviluppo vendite per PMI

[obiettivi]

- Apprendere metodologie e strumenti per individuare le nuove opportunità di sviluppo commerciale
- Applicare le nuove metodologie del marketing relazionale (One to One) per migliorare la gestione dei rapporti con i clienti attuali e potenziali
- Redigere un Piano di Marketing efficace per la PMI: analisi, decisioni e gestione dell'operatività
- Pianificare le azioni necessarie per conseguire gli obiettivi di marketing e commerciali fissati dalla Direzione

[programma]

- **Marketing e sviluppo vendite per PMI**
 - ✓ I processi di acquisizione dei clienti
 - ✓ I clienti potenziali
 - ✓ Analisi del portafoglio clienti
 - ✓ Customer satisfaction, valore per il cliente e pricing
 - ✓ Analisi della domanda e della concorrenza: scelte di segmentazione e di posizionamento
 - ✓ La definizione degli obiettivi di marketing
 - ✓ La valutazione delle strategie di marketing e proiezione dei risultati ottenibili
 - ✓ Come redigere il Piano d'azione
 - ✓ I nuovi strumenti digitali per la comunicazione con i clienti e l'erogazione di servizi

[strumenti rilasciati]

- Piano Azione Marketing PMI
- Aggiornamenti, approfondimenti, test, esercitazioni applicative

[durata del corso]

- Aula: 10 incontri di 4 ore

[quota di iscrizione]

- € 1.040,00 + IVA, con possibilità di co-finanziamento fino all'80%

[per informazioni e iscrizioni]

- Tel: 011.5216245
- Mail: info@consorziozia.com