

Executive Master

## **MASTER in MARKETING MANAGEMENT**

Strategy, Digital & Sales

**On Demand**

### **ON DEMAND - Programma Dettagliato delle Lezioni**

#### **Modulo: BUSINESS FUNDAMENTALS**

##### **ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E LA FUNZIONE MARKETING INSIEME ALLE ALTRE DIREZIONI**

###### **Lezione 1**

###### **ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte I)**

- Cos'è l'Organizzazione Aziendale
- Modelli di Organizzazione
- Evoluzione delle organizzazioni
- La struttura organizzativa e l'organigramma

###### **Lezione 2**

###### **ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte II)**

- Progettazione organizzativa
- La funzione Marketing e le altre direzioni

###### **Lezione 3**

###### **BUSINESS PLAN**

- La funzione del business plan
- Le componenti del business plan
- Il pitching del business plan

###### **Lezione 4**

###### **BUSINESS MODEL**

- La metodologia "Lean startup"
- Business model canvas
- Esercitazione

#### **Modulo: MARKETING STRATEGICO**

##### **SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO PER LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA**

###### **Lezione 5**

###### **PIANIFICAZIONE STRATEGICA**

- Il piano strategico di marketing
- L'ambiente di marketing
- Il marketing socialmente responsabile

###### **Lezione 6**

###### **SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO**

- Variabili di segmentazione
- Valutazione e selezione dei segmenti di mercato
- Il vantaggio competitivo
- Le strategie competitive

## Lezione 7

### COMPORAMENTO DEL CONSUMATORE

- Orientamento al mercato
- Comportamento d'acquisto del consumatore
- Il processo decisionale del consumatore
- Case study

## Lezione 8

### RICERCHE DI MERCATO

- Ricerche di mercato qualitative
- Ricerche di mercato quantitative
- Analisi dei dati
- Esercitazione: Ricerca di mercato

## **Modulo: MARKETING OPERATIVO**

### **PRODOTTO, STRATEGIE DI PREZZO E DI PROMOZIONE**

## Lezione 9

### IL PRODOTTO (Parte I)

- Gestione dell'innovazione
- Sviluppo di un nuovo prodotto
- Ciclo di vita del prodotto
- L'adozione di un nuovo prodotto

## Lezione 10

### IL PRODOTTO (Parte II)

- L'identità di marca
- Lo sviluppo della marca
- La gestione della marca
- Esercitazione

## Lezione 11

### IL PREZZO

- Le strategie di prezzo
- Customer value-based pricing
- Cost-based pricing
- Competition-based Pricing
- Yield management

## Lezione 12

### PUBBLICITA' E PROMOZIONE

- Pubblicità
- Promozione
- Pubbliche relazioni

## **Modulo: DISTRIBUZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI**

### **RETAIL MANAGEMENT E LA GESTIONE DEI SERVIZI**

## Lezione 13

### DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte I)

- Luxury Marketing
- Modelli distributivi
- Pianificazione strategica nel retail
- Web retailing

#### Lezione 14

##### DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte II)

- Raccolta delle informazioni
- Costruire una relazione con i clienti
- Analisi della trading area
- Visual merchandising

#### Lezione 15

##### LA GESTIONE DEI SERVIZI

- Caratteristiche dei servizi
- Disegno dei servizi
- Qualità dei servizi
- Esercitazione

#### Lezione 16

##### IL MARKETING ESPERIENZIALE

- Dal prodotto all'esperienza di consumo
- Tipi di esperienze
- Marketing sensoriale
- Case study

### **Modulo: SALES MANAGEMENT**

#### **LA FUNZIONE COMMERCIALE: PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLA RETE DI VENDITA**

#### Lezione 17

##### LA FUNZIONE COMMERCIALE

- Le figure commerciali
- il ruolo del key account manager
- Le competenze del key account manager

#### Lezione 18

##### LA GESTIONE STRATEGICA DELLA VENDITA

- Tipologie di cliente
- Obiettivi di fatturato
- Necessità di assortimento
- Le esigenze promozionali

#### Lezione 19

##### LA GESTIONE DELLA FORZA VENDITA (Parte I)

- La costruzione della rete commerciale
- La supervisione dell'organizzazione di vendita e dei capi area
- La scelta e la selezione dei venditori

#### Lezione 20

##### LA GESTIONE DELLA FORZA VENDITA (Parte II)

- La gestione del gruppo
- La costruzione dei meccanismi d'incentivazione
- La valutazione della performance professionale e della produttività
- Casi reali

#### Lezione 21

##### LA PIANIFICAZIONE E IL CONTROLLO DELLA RETE DI VENDITA

- Costruzione della rete di vendita
- La selezione e gestione delle risorse umane
- L'organizzazione della forza vendita

### Lezione 22

#### LE ANALISI DI VENDITA

- Pianificazione e controllo delle vendite
- Previsioni di vendita e sviluppo del budget
- Analisi della redditività e degli scostamenti

### Lezione 23

#### IL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (Parte I)

- Servizi commerciali per la customer satisfaction
- Customer Relationship Management (CRM).
- Monitoraggio dei livelli di soddisfazione

### Lezione 24

#### IL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (Parte II)

- Segmentazione dei servizi al cliente
- Tecniche di fidelizzazione del cliente e di customer retention
- L'immagine dell'impresa e dei suoi prodotti
- Casi reali

## **Modulo: SOFT SKILL PER LA VENDITA**

### **COMUNICAZIONE EFFICACE E NEGOZIAZIONE NELLE TRATTATIVE DI VENDITA**

### Lezione 25

#### COMUNICAZIONE EFFICACE

- Stile comunicativo
- Tecniche di comunicazione
- Comunicazione scritta
- Comunicazione telefonica

### Lezione 26

#### PSICOLOGIA DELLA VENDITA

- Psicologia della vendita
- Il processo di vendita
- Tecniche di argomentazione persuasiva
- Gestire i bisogni e le aspettative del cliente

### Lezione 27

#### NEGOZIAZIONE E TRATTATIVA DI VENDITA (Parte I)

- Processo negoziale
- Tecniche di negoziazione
- Trattativa commerciale
- Preparazione della vendita
- Contatto
- Creare confidenza
- L'acquisizione del cliente

### Lezione 28

#### NEGOZIAZIONE E TRATTATIVA DI VENDITA (Parte II)

- Tecniche di chiusura della vendita
- Superare le obiezioni
- Porre le giuste domande

- Fattori critici di successo

## Modulo: WEB MARKETING ED E-COMMERCE

### PIANIFICARE LA STRATEGIA DIGITALE E GESTIRE L'E-COMMERCE E/O IL MARKET PLACE

#### Lezione 29

##### DIGITAL STRATEGY (Parte I)

- Principi di digital marketing
- Strategia di digital marketing

#### Lezione 30

##### DIGITAL STRATEGY (Parte II)

- La *customer journey*
- Il piano di comunicazione
- Casi reali

#### Lezione 31

##### PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte I)

- L'analisi del mercato online
- Le *customer personas*

#### Lezione 32

##### PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte II)

- Come sviluppare le *personas*
- Esercitazione

#### Lezione 33

##### LA SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

- Il posizionamento su Google
- La *Search Engine Optimization*

#### Lezione 34

##### SEM - SEARCH ENGINE MARKETING

- Gli strumenti Google al servizio del marketing
- *Google AdWords and AdSense*
- Il monitoraggio e l'ottimizzazione delle campagne tramite *Google Analytics*

#### Lezione 35

##### E-MAIL MARKETING

- Il *Direct Email Marketing*
- Valutare l'efficacia di una campagna DEM
- I principali strumenti a supporto

#### Lezione 36

##### CONTENT MARKETING

- Il content marketing
- Tipologie di contenuti
- Blogging

#### Lezione 37

##### E-COMMERCE

- Tipologie e modelli di e-commerce
- Gli elementi di un e-commerce di successo

- Il mobile marketing

### Lezione 38

#### LA GESTIONE DEL MARKET PLACE

- I canali marketplace (Amazon, ebay, Alibaba, ecc.)
- La gestione dei prodotti e le promozioni
- Gli strumenti essenziali per la gestione del marketplace

## **Modulo: SOCIAL MEDIA MARKETING**

### **SOCIAL MEDIA STRATEGY E MANAGEMENT**

#### Lezione 39

##### SOCIAL MEDIA MARKETING (Parte I)

- La comunicazione sui social e lo storytelling
- Caratteristiche dei social e principali differenze

#### Lezione 40

##### SOCIAL MEDIA MARKETING (Parte II)

- Tipologie di profilo
- Analisi degli utenti e dei target
- Come leggere le statistiche
- Tipologie di contenuti
- Come utilizzare i contenuti sponsorizzati
- La Customer Experience
- La gestione della community

Per esigenze di natura organizzativa e didattica, la Scuola si riserva la facoltà di rinviare, di modificare, così come di spostare le date delle lezioni rispetto al calendario inizialmente prestabilito. Inoltre, si riserva il diritto di modificare in ogni momento i contenuti, dei programmi ed il corpo docente al fine di perseguire miglioramenti didattici in linea con i cambiamenti di mercato e le subentranti esigenze organizzative.