

AREA MARKETING E COMUNICAZIONE

Si tratta di un'area particolarmente centrale del nostro settore, che punta a sviluppare le capacità comunicative e le tecniche di marketing (anche quelle non convenzionali), vendita, persuasione, soluzione efficace dei problemi e relazione con le diverse tipologie di cliente. Per questo organizziamo corsi gratuiti per aziende e lavoratori, attraverso professionisti particolarmente esperti in Marketing e Comunicazione

NETWORK SOCIAL STORY TELLING

Finalità/Contenuti:

Nel mercato odierno e prevedibilmente anche nel futuro la reputazione di un'Organizzazione/ Impresa/Istituzione sarà il suo asset più rilevante sotto il profilo economico (perché orienta le scelte dei suoi clienti, motiva le sue HR e influenza l'intero ventaglio dei suoi stakeholders) e anche sotto il profilo finanziario (Basilea2 ha introdotto gli intangible values tra i quali la reputazione/brand è il più rilevante).

I discenti comprenderanno le potenzialità della brand identity dell'Impresa in cui operano e saranno introdotti a strumenti, tecniche e metodologie per valorizzarla. Apprenderanno i diversi ambiti di governo della comunicazione di marketing e sapranno discernere funzioni, finalità e utilità operative. Attraverso un percorso d'apprendimento laboratoriale, i discenti alterneranno sessioni teoriche ed esplorative con attività pratiche prendendo spunto dalla loro esperienza professionale e dalla marketing communication dell'Impresa in cui operano.

Durata: 16 ore **Ente:** Solco Srl

TECNICHE DI VENDITA

Finalità/Contenuti:

Il corso è dedicato a coloro che lavorano nel settore vendite e intende fornire strumenti adeguati per migliorare la relazione e la comunicazione con i clienti e il customer care.

Programma del corso:

L'attività formativa si focalizzerà su:

- ✦ Gli elementi di comunicazione interpersonale;
- ✦ La vendita come attività di consulenza;
- ✦ Le tipologie di cliente e i modelli comportamentali più comuni;
- ✦ Il processo psicologico dell'acquisto,
- ✦ Le strategie e tecniche comunicative per entrare in relazione la clientela;
- ✦ La gestione dei clienti nel lungo periodo e i processi di fidelizzazione.

Durata: 40 ore **Ente:** Solco Srl

SOCIAL MEDIA

Finalità/Contenuti:

I metodi tradizionali di comunicare brand, prodotti e servizi sono stati rivoluzionati in maniera radicale dall'avvento e dal sempre maggior impiego del Social Network.

Il rapporto comunicazione tradizionale/comunicazione online vede un progressivo spostamento di risorse economiche e investimenti in favore del digitale, di cui i Social Network rappresentano la fetta più importante.

Saper gestire i singoli Social Network e saperli orchestrare in maniera integrata rappresenta quindi un vantaggio competitivo importante per piccole e grandi aziende.

Durata: 12 ore **Ente:** Solco Srl

COMUNICAZIONE EFFICACE

Finalità/Contenuti:

Il corso, finalizzato ad addestrare i partecipanti al miglioramento delle proprie capacità relazionali e comunicative, sarà caratterizzato da una modalità fortemente interattiva e da una costante "partecipazione del gruppo" in modo da favorire "l'apprendimento attivo" di contenuti e tecniche. Esso si propone di fornire metodologie e strumenti comunicativi da mettere in atto, al fine di saper gestire in modo efficace le proprie relazioni interpersonali.

Programma del corso:

Il corso prevede il potenziamento delle abilità di ciascuno, attraverso il coinvolgimento di docenti esperti nel settore:

- ✘ Saper parlare;
- ✘ Sapere ascoltare;
- ✘ Gestire i contrasti;
- ✘ Gestire lo stress;
- ✘ Saper dire di no;
- ✘ Formulare le richieste;
- ✘ Riconoscere il linguaggio del corpo.

Durata: 16 ore **Ente:** Solco Srl, Promoter Roma, Erfap Lazio

TECNICHE DI VENDITA, MARKETING, COMUNICAZIONE E RELAZIONE CON IL CLIENTE

Finalità/Contenuti:

Il corso è dedicato a coloro che lavorano nel settore vendite e intende fornire strumenti adeguati per migliorare la relazione e la comunicazione con i clienti e il customer care.

Programma del corso:

L'attività formativa si focalizzerà su:

- ✘ Gli elementi di comunicazione interpersonale;
- ✘ La vendita come attività di consulenza;
- ✘ Le tipologie di cliente e i modelli comportamentali più comuni;
- ✘ Il processo psicologico dell'acquisto.
- ✘ Le strategie e tecniche comunicative per entrare in relazione la clientela;
- ✘ La gestione dei clienti nel lungo periodo e i processi di fidelizzazione.

Durata: 32 ore - **Ente:** Promoter Roma

CORSO MARKETING

Finalità/Contenuti:

Il corso sarà dedicato allo sviluppo di competenze e conoscenze legate al marketing di base.

Programma del corso:

Il corso prevede la trattazione delle seguenti tematiche:

- ✘ Modello di business attuale;
- ✘ Allocazione delle risorse e sistema di verifica e controllo;
- ✘ Analisi dei processi in essere;
- ✘ Criticità identificate;
- ✘ Verifica dei KPI in essere;
- ✘ Individuazione di aree di possibile miglioramento e realizzazione degli interventi;
- ✘ Definizione di un ideale modello organizzativo e di business della Divisione.

Durata: 24 ore - **Ente:** Promoter Roma

INTRODUZIONE AL MARKETING DIGITALE E USO DEI SOCIAL NETWORK. (Social e media marketing e social CRM)

Finalità/Contenuti:

Oggi il marketing non deve più vendere "semplicemente" un prodotto, ma deve piuttosto riuscire ad interagire e fare vivere un'esperienza di valore ai potenziali consumatori coinvolti.

Social network, blog, infografiche, webinar, white paper e molto altro ancora: sono tantissime le opzioni e le idee a disposizione.

Anche il marketing dei contenuti non è però solo questione di creatività, ma va pianificato nei dettagli per raggiungere gli obiettivi nei tempi e nelle modalità previste.

Obiettivi:

L'iniziativa si rivolge a manager e professionisti che operano all'interno di contesti aziendali privati, con compiti di gestione e coordinamento di iniziative commerciali, contribuendo con le proprie competenze tecniche e gestionali alla buona riuscita dei progetti stessi attraverso politiche di marketing e promozione e competenze necessarie per la realizzazione e gestione di campagne di web e social media marketing efficaci.

Durata: 16 ore **Ente:** Promoter Roma

LA COMUNICAZIONE STRATEGICA IN AZIENDA

Finalità/Contenuti:

- ✘ Analizzare il concetto di identità aziendale attraverso un percorso di comunicazione, ai fini di rinforzare la capacità dei responsabili di orientare in maniera efficace il lavoro;
- ✘ Condivisione di una cultura aziendale come strategia per la realizzazione di uno spirito di appartenenza, per favorire la relazione professionale tra responsabili e collaboratori;
- ✘ Apprendere le modalità per sviluppare e incentivare la motivazione e le competenze dei collaboratori.

Durata: 8 ore **Ente:** Erfap Lazio

PUBLIC SPEAKING

comunicazione efficace e persuasiva

Obiettivi:

Sviluppare nei partecipanti una forte sensibilità relazionale, attraverso il rafforzamento delle capacità di ascolto – anche dei segnali deboli – e di empatia con gli interlocutori.

Affinare la capacità di leggere correttamente dinamiche interpersonali – sia nell'ambito di relazioni diadiche sia nell'ambito di gruppi di lavoro – porterà i partecipanti a promuovere elevati livelli di sintonia relazionale.

Programma del corso:

In linea di massima, i contenuti formativi possono essere così sintetizzabili:

- ✦ Step 1 – Le competenze di base – La dinamica comunicativa (gli assiomi della comunicazione/Il verbale ed il non verbale – Il linguaggio del corpo/Gli stili comunicativi e la dimensione emotiva/ Stress: la gestione delle emozioni e dell'ansia);
- ✦ Step 2 – Il rapporto con gli interlocutori (Quale tipo di relazione? Per chi? In che contesto? Leggere il contesto e progettare l'incontro: Sperimentarsi in diversi contesti – gruppi di lavoro, riunioni, conferenze/Generare contenuti e organizzare contenuti: le tre fasi della comunicazione frontale: decollo, volo, atterraggio);
- ✦ Step 3 – Sperimentazione attiva – veicolare contenuti (Le tecniche di base del Public Speaking – linguaggio, tono di voce, contatto visivo, velocità e pause, gestualità; gestione emozioni, gestione feedback, tenuta dello stress, gestione imprevisti; gestione delle conclusioni/Gli errori da evitare: esempi tratti dall'esperienza).

Durata: 16 ore **Ente:** Ial Nazionale

TECNICHE DI ASCOLTO

Finalità/Contenuti:

Il corso si rivolge a quanti sentono la necessità di ampliare la propria capacità di ascolto, al fine di comprendere meglio il proprio interlocutore ed essere più incisivi nelle relazioni in genere.

Obiettivi:

Sviluppare una maggiore empatia nei confronti dell'interlocutore, imparare ad ascoltare veramente liberando la propria mente dai filtri che possono distorcere il messaggio originario, prestare attenzione a tutti i segnali, verbali e non verbali, per rispondere nel modo più appropriato al nostro interlocutore, acquisire la buona abitudine di esercitare un ascolto attivo per verificare di aver ben compreso il messaggio.

Durata: 16 ore **Ente:** Promoter Roma

ASSERTIVITÀ E PENSIERO POSITIVO

Finalità/Contenuti:

L'arte dell'Assertività in ambito lavorativo significa scegliere i comportamenti più efficaci, essere critici in maniera costruttiva e risolvere i conflitti in modo positivo.

Il corso propone l'analisi e l'esercizio delle tecniche di assertività come strategia fondamentale per gestire con successo qualsiasi situazione professionale, sviluppando relazioni positive per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Durata: 16 ore **Ente:** Ial Nazionale

MARKETHINK!

Il marketing creativo

Finalità/Contenuti:

L'orientamento all'innovazione presuppone la capacità di svincolarsi dalle logiche tradizionali, verticali, ed aprirsi, in questo caso, a nuove prospettive di marketing laterale, a partire dalla capacità di saper far dialogare le proprie risorse potenziali con i bisogni del cliente.

"Markethink! Il marketing creativo" è un percorso di formazione che consente di ridefinire i propri campi di osservazione, potenziare la capacità di farsi domande lì dove si è abituati a utilizzare risposte già pronte, di utilizzare il dubbio come strumento di conoscenza che amplia e trasforma la logica unilaterale del - la razionalità.

E' la creatività la forma di resilienza necessaria e vitale che in questo periodo di crisi, le persone e le organizzazioni hanno a disposizione per affrontare mercati maturi e saturi e individuare nuove opportunità, per ridare lo slancio vitale a nuove strategie, processi, prodotti.

Obiettivi:

Applicare le tecniche del Pensiero Laterale all'innovazione di prodotto e processo e di immaginare soluzioni di business utilizzando logiche non lineari.

Durata: 16 ore **Ente:** Ial Nazionale

LA GESTIONE DEL CLIENTE dall'acquisizione alla fidelizzazione

Finalità/Contenuti:

Jet è un percorso formativo che esplora la dimensione del rapporto con la clientela al fine di promuovere la logica dell'orientamento al cliente e della attenzione e cura delle sue esigenze, che include tutte le varie fasi: dall'acquisizione alla fidelizzazione.

Orientarsi al cliente vuol dire metaforicamente conoscere il territorio, la mappa e le coordinate esatte, le proprie risorse e quelle dell'altro, le strategie ed i percorsi più efficaci per arrivare a destinazione.

In altre parole, la cura e la gestione del cliente passa necessariamente attraverso l'erogazione di un servizio di qualità, la conoscenza dei bisogni e delle aspettative dell'altro e della propria organizzazione, la consapevolezza di giocare un ruolo chiave in termini di competenze relazionali, professionalità e fiducia.

Obiettivi:

Il percorso proposto invita a partire da se stessi e dalla propria capacità di auto-svilupparsi assumendo Sé come realtà prioritaria su cui intervenire.

Durata: 16 ore **Ente:** Ial Nazionale

LE NUOVE REGOLE DELLA VENDITA e-commerce 2.0 e Social Selling

Finalità/Contenuti:

Il corso si propone di:

- ✘ Chiarire il divario tra le strategie di vendita commerciale obsolete con quelle odierne;
- ✘ Fornire gli strumenti per capire le potenzialità di una vetrina di vendita digitale e delle nuove relazioni tra venditore e consumatore;
- ✘ Dare la possibilità di sfruttare al meglio la tecnologia digitale per fare branding adeguato e raggiungere risultati economici soddisfacenti.

Programma del corso:

I contenuti affrontati saranno i seguenti:

- ✘ Il vecchio mondo delle vendite e le nuove regole: Aspetti obsoleti di tecniche di vendite non più efficaci. Il rispetto del potenziale cliente: non più mailing indiscriminato. Il fallimento degli strumenti freddi di comunicazione digitale-Usare i Social media in sistemi di vendita e assistenza di vecchio tipo non è sinonimo di innovazione – Le nuove regole: Partecipare alla rivoluzione. Analizzare il piano delle vendite e dei servizi; La risorsa più importante: i dipendenti.
- ✘ La comunicazione: Il venditore è anche consumatore; Lo storytelling; In che modo la storia di un imprenditore definisce un'azienda; Consultative selling: il venditore come consulente; In che modo una storia convincente attira e accumula follower.
- ✘ Ciclo di vendita e ciclo di acquisto: Come portare le persone all'interno del processo di acquisto: imparare insieme ai clienti; insegnare e informare; Contenuti e strumenti per facilitare la vendita; L'acquisto esperienziale: l'emozione legata alla vendita; Dare più importanza alla concorrenza o alla clientela?; Il prodotto che si vende da sé.
- ✘ L'agile selling: Il più veloce vince: La velocità come vantaggio competitivo; Trovare clienti con il newsjacking; Aumentare le vendite con il big data e tecnologia real-time; Social selling e relazione con i clienti; Riconoscere i segnali di acquisto.
- ✘ Sfruttare i Social Media in maniera efficace: Usare i social come servizio clienti e per la diffusione della cultura aziendale; Creazione di contenuti virali; Aumentare le vendite con i feedback dei clienti; Dare la possibilità ai clienti di fare business con altri clienti; Clienti e aumento del giro di affari.
- ✘ Aspetti legali legati al Social Selling e all'Ecommerce: Condizioni per l'e-commerce; Il contratto: Elementi essenziali, nullità annullabilità, rescissione e risoluzione; Codice del consumo; Garanzie di conformità.

Durata: 20 ore **Ente:** Ial Nazionale

HIGH IMPACT COMMUNICATION

Programma del corso:

- ✘ Content: progettazione, organizzazione e architettura dei contenuti in funzione delle caratteristiche dell'interlocutore;
- ✘ Delivery: tecniche per la trasmissione dei contenuti in situazioni 1to1 e 1toMany con particolare attenzione al lavoro su Voice, Body, Face;
- ✘ State: gestione dei livelli personali di energia e delle condizioni psicofisiche al momento della comunicazione, con particolare attenzione su Focus, Beliefs, Physiology.

Il corso alterna momenti di teoria a lavori di esercitazione pratica e role-play e consente di far acquisire ai partecipanti le skills di base per aumentare l'efficacia della propria comunicazione.

Durata: 16 ore – **Ente:** Erfap Lazio