

# MARKETING & OMNICHANNEL

Cod. DEMIP04

CLIP



6h

LIVE  
SESSION:



10h

DURATA  
PERCORSO



3 settimane

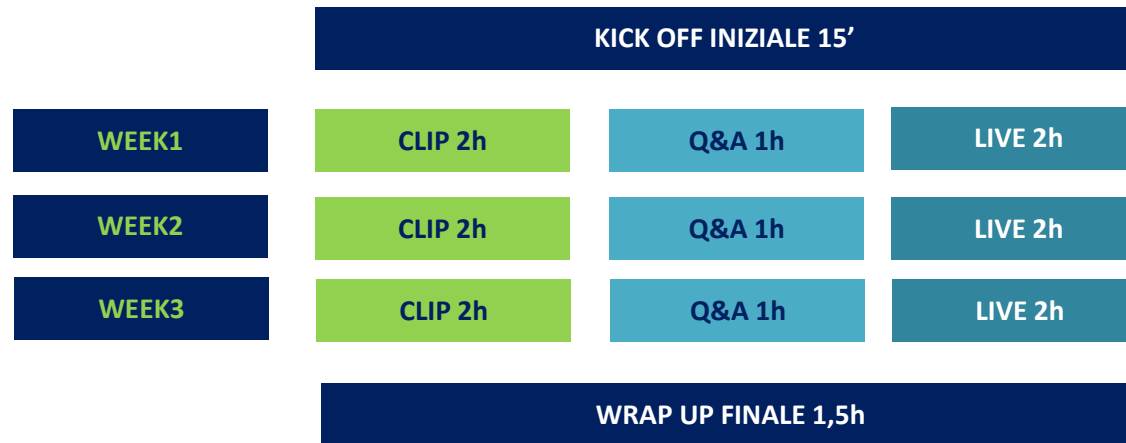
## OBIETTIVI

Il corso si propone, da un lato, di sviluppare i concetti relativi alla pianificazione di marketing, apprendendo modelli e strumenti per la gestione dell'offerta e delle attività di comunicazione e distribuzione dalla creazione di un piano strategico di marketing, all'analisi dei mercati e delle esigenze dei clienti, al fine di applicare le tecniche di segmentazione e le relative strategie di marketing mix. Dall'altro di fornire una chiara visione dell'evoluzione dei paradigmi di marketing di fronte ai cambiamenti tecnologici, distributivi e di consumo, costruendo una campagna di marketing multicanale e conoscendo gli aspetti relativi al social media marketing

Al fine di raggiungere gli obiettivi sopra descritti, durante il corso verranno trattati i seguenti argomenti:

- Il concetto di marketing ed il suo ruolo all'interno delle organizzazioni
- Il marketing strategico, con particolare attenzione all'analisi del comportamento di acquisto del cliente consumer e industriale, alla segmentazione del mercato, ai criteri di targeting e posizionamento.
- Il marketing mix, con un focus particolare sulle decisioni relative al prodotto/servizio (e gestione del portafoglio), al pricing ed alla distribuzione, al processo di comunicazione ed allo strategic brand management
- Il marketing performance measurement
- Le implicazioni di marketing delle tecnologie digitali
- Lo scenario digitale e le implicazioni per il marketing
- Il consumatore e i cambiamenti in atto
- Business model digitali e sfide per il management; I cambiamenti nel paradigma di marketing; Nuovi strumenti per il marketing digitale
- Strumenti di analisi (Personas e Customer Journey)
- Strumenti di pianificazione (channel mix; content strategy)
- Social media marketing e digital reputation
- Strumenti di misurazione (assessment tools e campaign tools)

### STRUTTURA



Il Percorso Marketing & Omnichannel è stato progettato da Interattiva e MIP Politecnico di Milano attraverso una formula coinvolgente per tutti i partecipanti.

La prima settimana inizia con una presentazione iniziale del corso “kick off” da parte del docente, seguiranno poi tre settimane nelle quali lo studente potrà studiare in totale di 6 ore di clip (di durata circa 7,5 minuti ciascuna), utilizzare il docente nelle varie sessioni di Q&A per chiarire alcuni aspetti dello studio precedente e verranno dedicate, da parte del docente, 6 ore di approfondimento sul tema del Percorso.

A conclusione del Percorso, una live in cui il docente MIP riprenderà i principali temi trattati e ne verificherà l'apprendimento al fine di definire i principali take away del corso.

Il percorso si svolgerà nell'arco di tre settimane con la struttura indicata sopra.

Al termine del percorso formativo, della durata di 3 settimane, agli studenti che avranno frequentato un minimo del 75% dell'intero percorso, verrà rilasciato un attestato di frequenza Interattiva Editore - MIP.

Il Percorso verrà attivato al raggiungimento di un minimo di 20 partecipanti.