

Marketing strategico: l'unica strada da percorrere in tempo di crisi



premessa

I **piccoli imprenditori**, quelli con minori risorse, non adeguatamente strutturati e con una insufficiente cultura di management, **sono oggi tra i primi a subire le conseguenze più immediate della recessione economica in atto.**

È proprio in queste situazioni, tipiche della stagnazione della domanda, che è indispensabile intervenire, adottando un nuovo e più efficace modo di stare sul mercato. **Le aziende strutturate** e di maggiori dimensioni sono abituate a prevedere e ad anticipare gli eventi, mettendosi al riparo dalla maggior parte delle situazioni economicamente sfavorevoli. Anch'esse **una volta erano piccole, ma sono cresciute e sono diventate forti** dedicando particolare attenzione alla gestione manageriale, alla strategia, all'innovazione.

Forti però non significa necessariamente di grandi dimensioni e con grandi possibilità di investimento. **Forti vuol dire essere ricche di idee e di iniziative.**

Forti significa **avere coraggio di fare**, senza esaltarsi per i successi e senza deprimersi per gli insuccessi, assumendosene comunque la responsabilità, prima di attribuire colpe al destino o alla sfortuna. Gli antichi dicevano: **"Homo sui cuique faber est"**, ognuno è artefice del proprio destino.

contenuti

- **Il marketing in economia di recessione**
- **Programmazione di marketing in mercati ad alta competizione o saturi**
 - Nuovo approccio all'analisi di mercato
 - Dal segmento di mercato al marketing "one to one"
 - Il riposizionamento strategico
 - Gestione strategica del portafoglio prodotti
- **Strategie di pricing**
- **Marketing diretto: la riscoperta dello strumento e delle strategie.**
 - Mix strutturato di azioni
- **Sistema CRM: sistema di gestione della clientela che va oltre il marketing**
- **Customer Satisfaction: l'ultimo giudice è sempre il cliente; ascoltiamolo!**
 - Istituire, senza alcuna remora, una vera e propria politica del reclamo
- **Marketing interno**
 - Analisi del clima
 - Revisione workflow operativi
 - Ascolto del "cliente interno" per verificare la "people satisfaction"

modalità organizzative

- Il modulo ha una **durata media di 16 ore** ma può essere integrato con ulteriori argomenti in relazione alle necessità ed agli obiettivi aziendali.
- Nell'ambito delle attività didattiche, sono previste numerose esercitazioni interattive.
- Per i corsi organizzati *in house* si possono progettare esercitazioni personalizzate.