Corso - 24/06/2024

Il communication manager 4.0

Strategie e tecniche di comunicazione aziendale a 360°, indispensabili per gestire le attività di marketing di aziende nel settore machinery per la promozione di prodotti con forte contenuto tecnologico.

Obiettivi

Il corso si propone di fornire una profonda conoscenza delle strategie e delle tecniche di comunicazione aziendale a 360°, indispensabile per gestire tutte le attività di marketing nell'industria del terzo millennio. I partecipanti, al termine del percorso formativo, saranno in grado di impostare una corretta strategia di comunicazione, definire il budget di marketing e redigere un piano operativo che includa i principali strumenti e canali B2B. Acquisiranno così competenze professionali adatte a gestire in modo ottimale le risorse a disposizione e le principali attività di comunicazione all'interno delle aziende.

Programma

STRUTTURA DEL CORSO

42h totali così suddivise:

- **8h di lezione in presenza in sede a Modena - Villa Marchetti**
- **24h di lezione in modalità online altamente interattiva su piattaforma Zoom**
- 7h facoltative di approfondimento con esperti
- 3 coaching one to one con un tutor specializzato per la preparazione del project work finale
- Graduation day finale, con presentazione del project work

IL PROJECT WORK

La messa in pratica di un piano di comunicazione

Il corso di formazione prevede la preparazione e presentazione finale di un progetto di comunicazione che il partecipante preparerà e implementerà durante il corso di formazione.
Le indicazioni sul project work e il relativo budget verranno presentate durante il primo incontro del corso di formazione.
Sono a disposizione di ogni partecipante 3 coaching con un tutor specializzato, che lo supporterà e lo accompagnerà nella preparazione del progetto. I coaching avranno la durata di circa 40 minuti e verranno calendarizzati su richiesta del partecipante in accordo con le disponibilità del tutor, nel periodo compreso tra l'inizio del corso di formazione e il graduation day.
In occasione del graduation day ogni partecipante potrà presentare il proprio progetto finale.

I MODULI FORMATIVI:

1. Strategie di comunicazione, budgeting e pianificazione

24 giugno h 9.00-18.00 Villa Marchetti – Baggiovara (Mo)

Nel presente corso di formazione i partecipanti potranno esplorare tutte le fasi strategiche e progettuali che un responsabile marketing e comunicazione dev'essere in grado di gestire. Attraverso esempi pratici e case studies si spiegheranno le tecniche e le nozioni principali per redigere un piano di comunicazione da presentare al Board aziendale (e farselo approvare)

· Panoramica sulla comunicazione aziendale B2B: organizzazione, media, canali, ecc.
Significato di Mission, Vision, Purpose, Valori aziendali. La brand equity e il brand positioning alla base di tutta la comunicazione. Communication mix: strategie omni-channel, integrazione fra le varie attività.
· Come impostare una corretta Corporate Identity: realizzare il manuale di corporate image e gestire l'applicazione sui vari strumenti (cataloghi, merchandising, documentazione, insegne, ecc..)
· Rebranding: analisi del brand, metodologie, attori coinvolti, survey, azioni, coordinamento, promozione.
· Il Piano di Comunicazione strategico: come redigere un piano triennale e presentarlo al Board.
· Il Piano di Marketing Operativo e le sue 4 fasi: Analisi, Pianificazione, Esecuzione, Controllo.
· Il Budget di Comunicazione: gli elementi fondamentali di un budget solido e realistico, la fase di quantificazione e il confronto con enti interni e fornitori.
· Project Management: coordinamento del team, pianificazione e controllo delle varie fasi, gantt di progetto, realizzare presentazioni efficaci.

➢ *L'esperto racconta: L'agenzia di comunicazione che fa per te*

27 giugno h 11.00-13.00 - *(sessione di approfondimento facoltativa) - online*

MARCO FIORI - CEO INTONO

- *Progettare e coordinare un piano di comunicazione multichannel;*
- *Risparmiare usando un'agenzia di comunicazione;*
- *Come scegliere la tua agenzia;*

2. La comunicazione interna ed esterna

28 giugno e 2 luglio h 9.00-13.00 online

Passiamo all'azione! Dopo le fasi di preparazione, pianificazione e budgeting, è ora di mettere a terra le attività previste. In questo modulo si tratteranno le varie iniziative di comunicazione, sia interna che esterna, analizzando i vari strumenti, le tecniche e le fasi operative attraverso un approccio strutturato ma con un'attenzione particolare alla creatività, elemento distintivo della comunicazione aziendale.

· Il piano di comunicazione interna: gli stakeholder, i canali (Intranet, Enterprise Social Network, Magazine, Digital Signage, ecc...)
· Campagna di employer Branding: significato, obiettivi, canali online/off-line, campagna pubblicitaria, i brand ambassador.
· La comunicazione istituzionale: focus sulla comunicazione corporate, la pubblicità istituzionale, come monitorare e migliorare la brand reputation, organizzare gli eventi istituzionali.
· PR / ufficio stampa: case studies, co-marketing, relazione con la stampa, pubblicità indiretta, sponsorship, crisis communication.
· Media plan/advertising: il Target Group, l'agenzia di comunicazione, coordinare mktg di divisione e di filiale, il processo creativo, redigere un media plan efficace con approccio multi-channel e analisi del ROAS.
· Lanci di prodotto/servizi: coordinamento interno, pianificazione, attività, promozione, redemption.
· Naming: identità, significato e principi di fonetica del nome di un brand o di un prodotto; brainstorming e tecniche di creatività; regole base per la protezione del nome/marchio.
· Video istituzionali e di prodotto: l'importanza dei video, vari tipi di filmati, processo di realizzazione (script, story, ecc.), la regia e il montaggio, copyrights e liberatorie immagini.

➢ *L'esperto racconta: Impostare e ottimizzare partnership fruttuose con la stampa di riferimento*

5 luglio h 12.00-13.00 - *(sessione di approfondimento facoltativa)*

PAOLA GIACOMINI - Chief editor of Ceramic World Review and CeramicWorldWeb

STEFANO LAVORINI - Chief editor of Kairos Media Group

- *La stampa specializzata e generalista off-line e online;*
- *Scelta e produzione dei contenuti (differenziazione dei testi per target, canale e tipologia di comunicazione);*
- *Ottimizzazione degli investimenti pubblicitari;*
- *Falsi miti da sfatare ed errori classici da evitare.*

3. Fiere ed eventi

4 e 11 luglio h 9.00-13.00 online

Nel B2B, in particolare nel settore machinery, gli eventi sono da sempre stati il touch point principale per la vendita dei prodotti. Oggi è cambiato il paradigma ma le fiere restano pur sempre un elemento importante della comunicazione B2B che vanno però gestite con una visione integrata a tutte le altre attività, soprattutto quelle digitali.

· Fiere ed eventi nel machinery: strategie di partecipazione, prenotazione degli spazi, gestire l'organizzazione, definire il miglior layout, creare un allestimento d'impatto, promozione push e pull, iniziative di engagement, meeting con la rete commerciale, organizzare una press conference.
· Eventi digitali e ibridi: come pianificare e sviluppare un progetto di evento digitale, tecniche di produzione e analisi dell'efficacia.

4. Tecniche di Digital Marketing

16 e 17 luglio h 9.00-13.00 online

Il responsabile comunicazione deve assolutamente conoscere le possibilità offerte dal digitale, anche se può delegare i tecnicismi al reparto web e alle agenzie esterne. Il modulo intende fornire le nozioni fondamentali per definire una corretta digital strategy, web e social, coordinare le varie attività di comunicazione online e analizzarne l'efficacia attraverso la lettura dei dati analitici.

· Digital Strategy: come impostare e sviluppare una strategia digitale in un'azienda B2B.
Fondamenti di SEO, SEA, Social Media Marketing, Inbound Marketing, Marketing Automation.
Come aumentare la lead generation, chi sono le Buyer Personas e come sfruttarle, definizione e analisi dei KPIs su tutti i canali web e social.
· Content strategy: l'importanza del Piano editoriale, creare lo Storytelling adatto al brand positioning, l'influencer marketing nel B2B, realizzare contenuti digitali (post, video, podcast, caroselli, banner, ecc.)

➢ *L'esperto racconta:*

1. Il Digial Marketing Olistico

19 luglio h 11.00-13.00 - *(sessione di approfondimento facoltativa)*

ENRICO BERTONI - Social Media Strategist INTONO

- *Creare un ecosistema comunicativo digitale;*
- *Perchè fare digital marketing nel B2B: ricadute interne ed esterne;*
- *TikTok, Linkedin, Inbound Marketing: le opportunità da cogliere, i miti da sfatare.*

2. "Brand Narratives: raccontare storie che contano nel B2B"

22 luglio h 11.00-13.00- *(sessione di approfondimento facoltativa)*

UMBERTO MORELLO - Storytelling designer & teacher holden corporate storytelling

- *Concetto di Content Strategy e Piano editoriale nel B2;*
- *B Storytelling & Brand Positioning;*
- *Sustainable Storytelling.*

Gratuation Day

4 settembre

Orari e modalità (online o in presenza) verranno definiti in base al numero di partecipanti.

Docente

Gian Luca Fariselli

Professionista nel Marketing e Comunicazione da oltre trent'anni, con una solida esperienza nel campo, iniziata alla fine degli anni '80 come art director in un'agenzia pubblicitaria a cui hanno fatto seguito svariati anni di consulenza che gli hanno consentito di sperimentare nuove tecniche e strumenti, di essere formatore in grandi aziende e istituti professionali, infine di conoscere molte realtà diverse fra loro.
Da più di 20 anni opera in qualità di responsabile della comunicazione in importanti società industriali dell'Emilia Romagna nelle quali ha arricchito le proprie conoscenze nel marketing e del digital marketing, sia sul campo che con continui aggiornamenti professionali.

Destinatari

- Responsabili comunicazione e marketing di medie e grandi industrie - Specialisti di marketing che vogliono prepararsi ad un futuro o imminente passaggio di ruolo - Responsabili commerciali e di prodotto che devono gestire attività di marketing - Titolari di PMI che desiderano migliorare la propria comunicazione aziendale

Durata

42 ore

Quota di adesione:

2.200,00 € + IVA a persona per le aziende associate

2.600,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

24/06/2024 09.00-18.00 - Modena
28/06/2024 09.00-13.00 - ONLINE
02/07/2024 09.00-13.00 - ONLINE
04/07/2024 09.00-13.00 - ONLINE
11/07/2024 09.00-13.00 - ONLINE
16/07/2024 09.00-13.00 - ONLINE
17/07/2024 09.00-13.00 - ONLINE

Allegati

» SCARICA LA BROCHURE