

APPROCCIO SCIENTIFICO.

II° Seminario Marketing e Comunicazione



RIDURRE GLI ERRORI AUMENTARE I RISULTATI.

COME RELAZIONARSI CON IL CONSUMATORE IN TEMPO DI COVID.

Senza una solida base scientifica, legittimata dalla ricerca, la marca è frutto di improvvisazione e decreterà il fallimento di qualunque iniziativa di marketing e comunicazione.

UN SEMINARIO PRATICO, UTILE, FONDAMENTALE PER LA COSTRUZIONE DELLA MARCA DI VALORE.

Il seminario evidenzia le peculiarità del metodo scientifico della marca che contempla discipline scientifiche: come psicologia, bias cognitivi, sociologia, etnografia, identità archetipica, neuroscienze, neuromarketing, neurobranding, aspetti di economia comportamentale, tali da comprendere il comportamento d'acquisto del consumatore per costruire una marca rilevante e differenziante.

Il seminario è gratuito, si rivolge a imprenditori, responsabili marketing, marketing manager, product manager, responsabili vendite ed area manager.

PROGRAMMA

● Introduzione e presentazione.

PRESENTAZIONE

O sei merce o sei marca. Il significato della marca oggi

LA RICERCA ALLA BASE DI TUTTO

Ricerca qualitativa, etnografica, neuroscienze, identità archetipica.

LA STRATEGIA DI MARCA

Il marketing strategico a supporto della marca.

LA COMUNICAZIONE DI VALORE, IL VALORE DI MARCA ED IL MIX COMUNICAZIONALE

● La marca portatrice di valore unico e distintivo. ●

La connessione emotiva.

La pubblicità, Relazioni pubbliche, la vendita personale, Il digital marketing.

IL SEMINARIO GRATUITO SI TERRA' IL 15 DICEMBRE ALLE 9.30.

PER RICHIEDERE IL LINK DI PARTECIPAZIONE SCRIVERE: advertgroup@advertgroup.it

PER INFORMAZIONI 347.3545497

www.advertgroup.it

