

DALLA TESTA AL CUORE

il marketing diventa esperienza



PERCHÉ

Oggi il prodotto, letto sul fronte della promessa funzionale e delle caratteristiche tecniche, non rappresenta più da solo un vantaggio competitivo forte e distintivo ma, in molti casi, un pre-requisito senza il quale neanche si entra in competizione.

Tutto il modello delle 4P di kotleriana memoria mostra quindi dei limiti in quanto implementato mettendo al centro comunque il prodotto.

Il naturale passaggio vede quindi l'evoluzione verso un modello che sposti l'attenzione veramente sul lato cliente. Si passa così dal marketing mix tradizionalmente inteso e potenzialmente imitabile, alla customer experience questa sì realmente unica perché è unico il rapporto/esperienza che si crea tra brand e singolo cliente.

CHI

Il percorso è particolarmente indicato per:

- direttori marketing e comunicazione
- direttori commerciali
- CEO
- quadri, manager e professionisti operanti nella funzione marketing e comunicazione

QUANTO

Quota di partecipazione

Pillola formativa euro 50+iva
Corso di formazione 450+iva

Agevolazioni

Sconto 20% Alumni Ca' Foscari
Agevolazioni per iscrizioni multiple

COSA

area teorica



Introduzione al marketing esperienziale: strategie, dinamiche e leve

- Dalla mente al cuore, dal prodotto al brand
- Dalle 4P alle 4C
- Le leve dell'esperienza
- La promessa di valore esperienziale
- L'importanza della relazione

area pratica



Laboratorio

- Case history generali*
- Testimonianza aziende
- Laboratorio progettuale
- Barcamp sui progetti



contenuti trattati nelle pillole formative



contenuti approfonditi e/o trattati esclusivamente nel percorso completo

QUANDO

Pillola formativa

8 settembre 2017 • ore 9-13

Corso di formazione

prima giornata

21 settembre 2017 • ore 9-18

seconda giornata

22 settembre 2017 • ore 9-18

DOVE

VEGA, Parco Scientifico Tecnologico di Venezia - Venezia Marghera