

IL PIANO DIDATTICO DEI CORSI

1) Marketing & Comunicazione

2) Tecniche di Vendita & Public Speaking

3) Web Marketing

4) E-Commerce

5) Vendere con i Social Network

Marketing & Comunicazione

- 1) Come si costruisce un Piano di Marketing
- 2) Trade Marketing & Consumer Marketing
- 3) Le strategie Push & Pull
- 4) Analisi dello scenario macro e microeconomico
- 5) Segmentazione del mercato e scelta dei segmenti obiettivo
- 6) Lo studio del modello di acquisto del cliente:
Cosa compra, Come, Dove, A che prezzo, Quando, Quanto,
Chi, Perché
- 7) L'analisi della concorrenza diretta e indiretta
- 8) Vantaggio Competitivo e Posizionamento di Mercato
- 9) Il Marketing –Mix:
Prodotto, Prezzo, Comunicazione, Distribuzione
- 10) La pianificazione della Rete di Vendita
- 11) Ruoli, Mansioni e procedure dell'Area Vendite
- 12) Il Piano di Trade Marketing e la scelta dei canali distributivi

Tecniche di Vendita & Public Speaking

- 1) La Comunicazione Interpersonale.
- 2) La comunicazione Verbale, Non verbale, Paraverbale.
- 3) La comunicazione scritta (Business Writing).
- 4) Come si scrivono le email, le lettere, i depliant, le proposte commerciali.
- 5) La comunicazione in gruppo.
- 6) Come agisce il responsabile degli acquisti.
- 7) L'analisi dei Bisogni e Desideri dei nostri clienti
- 8) La gestione del Colloquio di Vendita
- 9) Le diverse fasi della trattativa: Approccio, Tecnica delle Domande, Argomentazione, Conclusione e firma del contratto
- 10) Gestione dei reclami, Customer Satisfaction e Post-vendita
- 11) Le tecniche per la vendita di Servizi Consulenziali.
- 12) Il Public Speaking; le regole per un efficace discorso in pubblico
- 13) La Programmazione Neurolinguistica (PNL).

Web Marketing

- 1) I fondamenti del web marketing
- 2) Cosa si intende per SEO, SEM e SMM
- 3) Posizionamento naturale e campagne a pagamento
- 4) La scelta delle parole chiave
- 5) Le campagne di Remarketing
- 6) La progettazione del sito web in un'ottica di Usabilità e Accessibilità
- 7) Come definire gli obiettivi di business, il segmento da raggiungere e il posizionamento online
- 8) Atmosfera e coerenza grafica. La psicologia dei colori sul web
- 9) Google AdWords e Google Analytics
- 10) Come utilizzare i dati per ottimizzare campagne e sito web
- 11) Il Mobile Marketing
- 12) Strategie, strumenti e tecniche per il marketing geolocalizzato
- 13) Best Practices e strumenti utili per farsi trovare dai clienti locali

E-Commerce

- 1) Il Piano di E-Commerce: gli elementi fondamentali
- 2) Piattaforme di E-commerce gratuite
- 3) La gestione degli strumenti di pagamento
- 4) Il SEO per E-commerce (Search Engine Optimization)
- 5) Annunci a pagamento (SEM e Display) per il commercio elettronico
- 6) I Comparatori di prezzo e i Marketplace
- 7) Come aprire un negozio su Amazon e Ebay
- 8) I portali verticali per vendere i nostri servizi professionali
- 9) Focus sui servizi di E-Commerce e Web Marketing per il Turismo e la Ristorazione
- 10) Le caratteristiche di Google Shopping
- 11) La logistica per l'E-commerce
- 12) Post vendita e Customer Care
- 13) Il monitoraggio dei risultati
- 14) La scelta del budget da investire

Vendere con i Social Network

- 1) La progettazione del Piano di Comunicazione Aziendale
- 2) Come gestire in maniera efficace il nostro Personal Branding:
 - ✓ Blog personale
 - ✓ Campagne DEM, Newsletter & Magazine
 - ✓ La comunicazione via Sms, Whatsapp, Telegram, Bot
 - ✓ Le digital Public Relations
- 3) Gli strumenti operativi di Google per le piccole imprese
- 4) Come costruire le pagine aziendali e personali sui principali Social Network:
Facebook, Twitter, Youtube, Linkedin, Slideshare, Pinterest, Instagram, Flickr, About Me, Google+, Snapchat
- 5) Misurare le performance delle nostre pagine social: gli analytics
- 6) STORYTELLING: raccontare in maniera efficace la nostra azienda e la nostra professionalità.
- 7) La progettazione del Piano Editoriale
- 8) La gestione dei rapporti con testimonial, blogger, influencer
- 9) Il Social Commerce: come progettare campagne di vendita e pubblicità per portare clienti nel nostro punto vendita e sul nostro sito web
- 10) Customer Care e Post-Vendita sui Social Network: strumenti operativi e case history



Chi siamo

La **CNA**, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa è un'associazione di categoria presente su tutto il territorio nazionale, che associa, tutela e rappresenta sindacalmente imprese, società artigiane, consorzi, cooperative e soci, piccole e medie imprese e pensionati. Non solo artigianato quindi ma anche piccola impresa produttiva e commerciale.

È un'associazione autonoma, legittimata esclusivamente dai propri soci, esplica i principi di progresso e democrazia, sostenendo i valori peculiari dell'imprenditorialità nel lavoro, nella competizione, nella collaborazione, nella solidarietà.

Rappresentatività, professionalità e dinamismo distinguono la CNA tra le Organizzazioni di categoria, rendendo le piccole e medie imprese sempre di più interlocutrici del sistema produttivo avanzato e della società. Le associazioni di mestiere organizzate secondo l'appartenenza ai diversi settori merceologici stipulano accordi e contratti di lavoro, forniscono l'assistenza contrattuale ed altri servizi specifici.

Via Nicola Tridente, 2/bis - 70125 Bari -

Tel. 080/548.6908/2676/4570 - Fax 080/5486947 - Codice Fiscale/Partita IVA 80019270729

cnabari.it