Area Formazione
Certificato ***CSICERT n. SQ031305***
Ente Accreditato per la Formazione
REGIONE LOMBARDIA ID 4993
formazione@api.lecco.it

COSTRUIRE SUL PROPRIO BRAND: L'UNICA CHIAVE PER DIFFERENZIARSI

PROGRAMMA

Durata 8 ore

Obiettivi

Il brand è un insieme di idee e percezioni nella mente di un consumatore. Se un brand è forte e potente, anche nel B2B, si riesce a superare alcuni ostacoli di comunicazione e di costruzione di proposte di valore che si basano sul prezzo.
Un brand forte permette anche alle persone all'interno di un'organizzazione di sentirsi allineati con l'intenzione dei manager e degli imprenditori, permette di creare cultura condivisa e di attrarre talenti.
Inoltre, saper esplicitare il sistema valoriale del brand e saperlo declinare in ogni azione di marketing: piano di marketing, piano editoriale, blog, post sui social, brochure etc, permette di elevarsi a un marketing che rende subito riconoscibili.
Tre motivi per scegliere il corso:

- Le aziende che fondano la loro strategia sulla valorizzazione del brand crescono il 50% più velocemente delle altre;
- Il corso prevede una parte pratica per poter implementare da subito strumenti da adottare in azienda;
- Attueremo un cambio di prospettiva che aiuterà i partecipanti a percepire e gestire il brand come leva che può entrare a far parte dell'asset finanziario dell'impresa;

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di focalizzarsi sul tema del brand, analizzando la parte teorica e le varie possibilità di posizionamento e accompagnando il tutto con una declinazione su un caso concreto.
Fare della propria azienda un brand è una variabile importantissima per far sì che qualsiasi attività di comunicazione, di marketing e commerciale sia orientata al cliente finale e non si basi su una politica di soli sconti.
Il percorso formativo si propone di trasmettere quanto è più facile declinare un piano editoriale, trovare i contenuti da scrivere nelle brochure e nei blog, sapersi relazionare con le agenzie di comunicazione. Quando un'azienda inizia a fare il passo per trasformarsi da azienda a brand, tutte le attività spesso considerate ostiche iniziano a fluire in modo armonico. Per far questo è importante considerare diverse variabili e seguire un processo che, una volta iniziato, dà effetti sorprendenti fin da subito.

Argomenti

- il cerchio di Sinec, la personalità dei brand e il sistema valoriale di marca.
- gli archetipi di brand, un pezzo fondamentale per chi costruisce qualunque progetto di marketing.
- cosa sono gli archetipi di brand? Se ti sei trovato davanti a un articolo di un blog o a una brochure a non sapere cosa scrivere, se l'agenzia che si occupa del tuo marketing non ti capisce, se hai nella testa quello che vuoi dire, ma poi quando esce non sembra rappresentare il tuo brand è perché non hai mai studiato gli archetipi di brand. Gli archetipi sono semplicemente 12 codici che, una volta individuati ti permettono di conoscere tutti i codici comunicativi per scrivere post efficaci e comunicazioni sempre coerenti.
- come individuare l'archetipo del tuo brand e come utilizzarlo in comunicazione.