

STRATEGIE DI MARKETING GLOBALE: CONQUISTA DEI MERCATI INTERNAZIONALI

Corso Finanziato da Fondoprofessioni a valere su Avviso 4/2023



DURATA e SEDE

Il corso ha durata di 24 ore realizzate in videoconferenza

Le lezioni avranno cadenza settimanale per un impegno di 2 ore a settimana.



DESTINATARI e REQUISITI DI ACCESSO

Il corso è rivolto a tutti i dipendenti delle Aziende / Studi aderenti al fondo Fondoprofessioni interessate alle iniziative promosse dagli Enti di Formazione proponenti.



OBIETTIVI

Il corso "Strategie di Marketing Globale: Conquista dei Mercati Internazionali" mira a fornire ai partecipanti una profonda comprensione delle strategie di marketing globali e delle competenze necessarie per avere successo nell'espansione delle attività aziendali a livello internazionale cogliendo le opportunità del mercato globale.

Le finalità specifiche del progetto includono:

- ✓ Fornire una panoramica delle tendenze e delle best practice nel campo del marketing globale. I partecipanti acquisiranno una comprensione delle sfide e delle opportunità legate all'espansione internazionale delle attività
- ✓ Sviluppare una mentalità aperta e globale, per comprendere le diversità culturali e le specificità dei mercati internazionali.
- ✓ Identificare e valutare opportunità di mercato all'estero, prendendo in considerazione fattori come la domanda dei consumatori, la concorrenza e le condizioni economiche
- ✓ Progettare e implementare strategie di marketing adatte al contesto internazionale. I partecipanti impareranno a sviluppare piani di marketing mirati, che tengano conto delle peculiarità dei diversi mercati e delle diverse culture
- ✓ Acquisire competenze nell'analisi dei risultati (performance) delle strategie di marketing globale e nell'identificazione di opportunità di miglioramento
- ✓ Essere in grado di sviluppare un piano di marketing internazionale.



PROGRAMMA

1. **Introduzione al Marketing Internazionale:** Concetti fondamentali del marketing internazionale: definizioni, obiettivi e sfide. Analisi dell'ambiente internazionale: fattori culturali, economici, politici e legali. Selezione dei mercati target e adattamento del prodotto o servizio alle esigenze locali.
2. **Ricerca di Mercato e Analisi dei Consumatori Globali:** Metodi di ricerca di mercato internazionale: qualitativi e quantitativi. Profilazione dei consumatori internazionali: differenze culturali, comportamenti di acquisto e preferenze. Segmentazione di mercato globale e targeting.
3. **Strategie di Posizionamento e Branding Internazionale:** Definizione di strategie di posizionamento per competere a livello internazionale. Creazione e gestione del brand globale. Comunicazione del brand internazionale: pubblicità e promozione.
4. **Distribuzione e Canali di Vendita Globali:** Scelta dei canali di distribuzione internazionali: diretti, indiretti, e-commerce. Gestione della supply chain internazionale e logistica. Gestione delle relazioni con i partner di distribuzione globali.
5. **Marketing Digitale e Social Media Internazionale:** Utilizzo di strumenti digitali per il marketing internazionale: SEO, SEM, e-mail marketing. Social media marketing internazionale: strategie di engagement e gestione della reputazione online. Analisi delle prestazioni delle attività di marketing digitale a livello globale.
6. **Valutazione delle Performance e Ottimizzazione:** Metriche e indicatori chiave di performance (KPI) per il marketing internazionale. Analisi dei risultati e misurazione del ROI delle attività di marketing internazionale. Ottimizzazione delle strategie di marketing globale.



COSTI E INFORMAZIONI

Il corso è **GRATUITO** per l'Azienda in quanto è finanziato dal fondo Fondoprofessioni.



Per informazioni ed iscrizioni: tel. 010 9861299 – formazione@a-for.it