

APPLICAZIONE DELLE TENDENZE DI BASE DEL MARKETING MODERNO

M 2.6

Perché siamo qui oggi / aspettative

- Scopri cos'è il vantaggio ➡ del branding per la tua azienda
- Scopri cos'è il Marketing mix ➡ e scopri come le tendenze propongono nuove idee e opportunità .
- Impara l'e-marketing e il social network marketing ➡ per creare e diffondere informazioni .
- Economia circolare nel marketing ➡ per capire quali opportunità circolari esistono , scoprire quelle opportunità,

Elenco di argomenti

(come in programma/parte teorica)

- Marchio
- Tendenze di marketing
- E-marketing e social network marketing
- Economia circolare nella marcatura di marketing nell'economia circolare



Punti di apprendimento

(come in programma/parte teorica)

- ❖ Impara il marchio;
- ❖ Impara le tendenze di base del marketing;
- ❖ Scopri l'importanza dell'e-marketing e del social network marketing
- ❖ Impara l'economia circolare nel marketing.

Principali attività / struttura della sessione

(teoriche, pratiche,...)

- Presentazione della parte teorica (45 mn)
- Breve discussione e commenti sull'argomento (10 mn)
- **Attività 1** : "**Perché è così importante il marchio?**" (40 mn . – lavoro in coppia))
- Pausa (10 minuti)
- **Attività 2** : “ **Quali sono le tendenze del marketing?** ” (40 mn – lavoro individuale)
- **Attività 3** : “ **E-marketing e social network marketing: cosa sono e che uso puoi farne?**” ” (45 mn - lavoro individuale))
- Pausa (10 minuti)
- Domande e sessione conclusiva (25 minuti)
- Valutazione (15 minuti)

Cosa ti aspetti di produrre

(elenco dei risultati concreti)

- Utilizzare le moderne tendenze di marketing e comunicazione e l'economia circolare per lo sviluppo del business;
- Persuadere le tendenze selezionate per lo sviluppo del business;
- Sa difendere le proprie scelte per l'utilizzo delle moderne tendenze di marketing e la comunicazione dell'economia circolare;

Panoramica sul teorico parte

Lo scopo di questa sessione è comprendere che l'obiettivo chiave degli sforzi di marketing di un'organizzazione è sviluppare relazioni soddisfacenti con i clienti a vantaggio sia del cliente che dell'organizzazione. Questi sforzi portano il marketing a svolgere un ruolo importante all'interno della maggior parte delle organizzazioni e all'interno della società .

I partecipanti impareranno come costruire un moderno team di marketing e le competenze necessarie .

E ancora, capiranno che lo scopo del branding nel marketing è creare fiducia nei consumatori e creare fedeltà. Il loro marchio non solo darà ai loro acquirenti un modo per ricordarli, ma creerà anche un'identità per la loro attività e li distinguerà dalla concorrenza.

Marchio

Il marchio è :

“il processo di creazione di una percezione forte e positiva di un'azienda”

efficace aiuta le aziende a differenziarsi
loro concorrenti e costruire una base di clienti fedeli .



Immagine fonte: <https://www.tempimodernilavoro.com/it/la-strategia-di-employer-branding/>

Tendenze di marketing

Una tendenza di mercato è tutto ciò che altera il mercato in cui opera la tua azienda.

Questo potrebbe essere qualcosa di così ampio come la tecnologia dell'intelligenza artificiale, volubile come le preferenze dei consumatori o specifico del settore come le nuove normative.

In effetti, è quasi certo che ci siano più tendenze di mercato che influenzano la tua attività contemporaneamente, in questo momento

E-marketing e social network marketing

Il marketing è la comunicazione di uno a molti e un'azienda orientata al mercato è quella che privilegia l'intelligenza del mercato e una forte attenzione al cliente.



I marchi e la pubblicità sono centrali nel campo del marketing e i marchi rappresentano potenti canali di significato che contribuiscono ai concetti di sé dei clienti.

Immagine sorgente : <https://www.xyllinesitservices.com/online-marketing-and-its-benefits/>

Economia circolare nel marketing, marcatura nell'economia circolare

Il marketing , nell'economia circolare, per riuscire ad informare ed educare il cliente al consumo responsabile e sostenibile, deve :

- comunicare al consumatore il nuovo approccio sostenibile dell'azienda
- influenzare responsabilmente l'esperienza di acquisto .

I pilastri da seguire sono:

- l'esperienza di acquisto e non più il prodotto
- i nuovi spazi vendita virtuali al posto dei punti vendita fisici
- lo scambio di valore e non il prezzo stesso
- evangelizzazione del consumatore piuttosto che promozione del marchio o dei prodotti offerti sul mercato.

Attività 1

"Perché è così importante il marchio?"

(40 mn) - Lavorare in coppia

- 1) Gli educatori aiutano i partecipanti a creare coppie di due persone
- 2) Ai partecipanti è stato consegnato l'allegato n. 2 (penna, matita, carta, disponibile)
- 3) Prima di questa attività, i partecipanti devono aver appreso il "branding"
- 4) I partecipanti hanno allegato n. 2 davanti a loro: il lavoro di coppia consiste nel compilare il format con la descrizione di quanto richiesto dal titolo dell'esercizio.
- 5) I partecipanti in coppia, per la stesura del compito, possono confrontarsi.
- 6) è possibile utilizzare il computer per le ricerche di riferimento (da indicare nell'incarico)
- 7) I partecipanti possono chiedere informazioni e/o spiegazioni al tutor di riferimento
- 8) Al termine del lavoro in aula, potrai proseguire l'analisi nella successiva attività n. 2.

Attività 2

"Quali sono le tendenze di marketing?"
(40 mn) – Lavoro individuale

- 1) - Ai partecipanti è stato consegnato l'allegato n. 3 (penna, matita, carta, a disposizione)
- 2) - Prima di questa attività, i partecipanti devono aver appreso le "tendenze di marketing"
- 3) - I partecipanti hanno allegato n. 3 davanti a loro: il lavoro individuale consiste nel compilare il format con la descrizione di quanto richiesto dal titolo dell'esercizio.
- 4) - Educatori e tutor spiegano ai partecipanti il compito;
- 5) - E ' possibile utilizzare il computer per ricerche di riferimento (da indicare nell'incarico)
- 6) - I partecipanti possono chiedere informazioni e/o spiegazioni al tutor di riferimento
- 7) - Al termine del lavoro in aula, potrai proseguire l'analisi nella successiva attività n. 3.

Attività 3

“E-marketing e social network marketing: cosa sono e che uso puoi farne ?”

(45 mn) – Lavoro individuale

- 1) Ai partecipanti è stato consegnato l'allegato n. 4 (penna, matita, carta, disponibile)
- 2) Prima di questa attività, i partecipanti devono aver appreso la parte di “E-marketing e social network marketing”
- 3) I partecipanti hanno allegato n. 4 davanti a loro: il lavoro individuale consiste nel compilare il format con la descrizione di quanto richiesto dal titolo dell'esercizio.
- 4) Educatori e tutor spiegano ai partecipanti il compito;
- 5) E ' possibile utilizzare il computer per le ricerche di riferimento (da indicare nell'incarico)
- 6) I partecipanti possono chiedere informazioni e/o spiegazioni al tutor di riferimento
- 7) Al termine del lavoro in classe, sarai in grado di comprendere il modo corretto di utilizzare l'e-marketing e l'analisi dei social network nella propria idea di business

Quello che abbiamo ottenuto oggi: i nostri risultati

Al termine di questa sessione, i partecipanti avranno acquisito:

- Conoscenze sul marchio;
- I partecipanti dovrebbero essere in grado di conoscere il comportamento del mercato negli affari ed essere in grado di valutarlo per quanto riguarda il branding I partecipanti daranno l'opportunità di esaminare il processo insieme alle complessità del design, della promozione e del branding :
- Le conoscenze sulle tendenze di marketing sono e tutti gli elementi che lo compongono.;
- I partecipanti saranno in grado di identificare l'uso corretto del social media marketing per la propria idea di business e applicarli .