Marketing Intelligence: strumenti innovativi per l'analisi dei trend di mercato

Obiettivo:
Analizzare il mercato di riferimento, anche attraverso strumenti digitali innovativi, al fine di raccogliere ed elaborare informazioni sul contesto in cui sono destinati i prodotti o i servizi dell'impresa

Contenuti:
- Identificare le variabili da rilevare e le fonti da consultare.
- Decodificare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi: tendenze di prodotto/servizio, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo.
- Elaborare i dati raccolti individuando connessioni e interrelazioni per formulare ipotesi coerenti sulle possibili evoluzioni del mercato di riferimento.
- Analizzare il sistema competitivo di riferimento e posizionare la propria impresa all'interno di questo.
- Analizzare le caratteristiche delle imprese concorrenti, identificandone il sistema di offerta sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo.
- Posizionare la propria impresa rispetto al sistema competitivo analizzato.
- Imparare ad analizzare, raccogliere ed elaborare dati da diverse fonti (social media, motori di ricerca, siti web).
- Sviluppare la capacità di storytelling e di posizionamento del marchio.
- Creazione contenuti informativi.
- Analizzare le vendite in e-commerce.
- Utilizzare i principali strumenti di analisi dei dati (Google Analytics e social media insight).
- Saper analizzare gli open data.
- Sviluppare la redazione dei KPI.
- Saper monitorare parole chiave, termini, brand, personaggi, aggiornamenti e le news.

Durata:
36 ore di cui 16 FAD

Area formativa:
Nuove tecnologie per il Made in Italy.

Requisiti di ammissione:
- Diploma di scuola media superiore.

- Per i cittadini stranieri è indispensabile una buona conoscenza della lingua italiana orale e scritta, che consenta di partecipare attivamente al percorso formativo.

Attestato di partecipazione:
Attestazione di messa in trasparenza degli apprendimenti.