PMGT-6 - DIRECT MARKETING: IMPOSTARE UN DIALOGO PROFICUO CON I PROPRI TARGET

Categoria: **Management & Soft Skills**

INFORMAZIONI SUL CORSO

Durata:	Categoria:	Qualifica Istruttore:	Dedicato a:	Produttore:
1 Giorni	Management & Soft Skills	Docente Senior (min. 5 anni)	Manager	PCSNET

OBIETTIVI

Definire le logiche del marketing one to one alla luce delle caratteristiche del contesto attuale.
Immagine aziendale e online reputation come base per l'impostazione delle iniziative one to one.
Focalizzare gli aspetti operativi collegati alla costruzione del database.
Individuare le specifiche caratteristiche dei diversi strumenti di comunicazione one to one.
Descrivere i passaggi strategici e operativi per pianificare e realizzare una campagna di direct marketing.
Analizzare i metodi per una corretta gestione continuativa del database.

PREREQUISITI

Nessun prerequisito.

CONTENUTI

Caratteristiche del marketing one to one nel contesto attuale: integrazione degli strrumenti e logica del permission marketing

Definizioni e caratteristiche del direct marketing

Tecniche di acquisizione, creazione, gestione ed incremento del database; tipologie di liste

La costruzione di una campagna di direct marketing

Il database marketing ed il processo di data mining

Le caratteristiche del direct marketing B2B e B2C

Analisi delle caratteristiche e dei vantaggi dei diversi strumenti di direct marketing:strumenti tradizionali e strumenti tecnologici

INFO

Materiale didattico: Dispense PCSNET

Costo materiale didattico: 20 € incluso nel prezzo del corso a Calendario

Natura del corso: Teorico Metodologico