

Corso di Aggiornamento Professionale

LE METRICHE PER IL MARKETING

11 e 25 Marzo & 1 e 8 Aprile 2011

venerdì pomeriggio dalle ore 14.00 alle ore 17.30

Sede: AISM Via Olmetto 3 Milano

Obiettivi formativi

Il Corso presenta le modalità di misurazione che consentono alla funzione Marketing aziendale di avere un feedback quantitativo e qualitativo delle proprie azioni, degli investimenti ad esse collegate e di giustificarli all'Alta Direzione.

Le attività di Marketing oggi coinvolgono anche il canale web, così il corso tratta anche gli strumenti per misurare i comportamenti degli utenti internet anche in collegamento allo sviluppo dell'e-commerce. La parte teorica sarà integrata con case study significativi sui vantaggi dell'applicazione delle metriche.

Destinatari del corso

Product Manager, Marketing Manager, Responsabili di Divisione, Direttori Vendite, Consulenti, Controller.

Docenti

Walter G. Scott, Monica Zancani, Sean Carlos, Alberto Carozzo, Sergio Meacci, Giandomenico De Franco.

Quote di partecipazione:

- Associati AISM € 1.100,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, n. 633, art. 4
- Non associati € 1.400,00 + IVA 20%

Modalità di svolgimento:

Il corso è articolato in 4 mezze giornate (venerdì pomeriggio).

PROGRAMMA

11 Marzo 2011 - Misurare le attività di marketing.

Docente **Walter Giorgio Scott**

ore 14.00 - 15.30

- Il mercato chiede misurabilità, perché?
- Metriche di input e di output.
- La misurazione delle azioni di Marketing.

15.30-15.45 Coffee Break

ore 15.45 - 17.30

- Il processo logico che parte dalle azioni di marketing e termina con i risultati finanziari.
- I nuovi paradigmi di marketing.
- Misurare le percezioni trasferite al consumatore: brand image, top of mind, brand equity, ecc.

Associazione Italiana Marketing

Via Olmetto 3 - 20123 Milano - Tel. 02/863293 - Fax 02/72002889
e-mail info@aism.org sito www.aism.org Skype [aismktg-sedemilano](https://www.skype.com/name/aismktg-sedemilano)
Codice Fiscale/Partita IVA 01156520155

25 Marzo 2011 - Misurare la Customer Satisfaction.

Docente **Monica Zancani**

ore 14.00 - 15.30

- Progettare una Customer Satisfaction:
 - stabilire gli obiettivi;
 - scegliere gli indicatori collegati alla catena del valore;
 - lavoro di gruppo: scelta di un set di indicatori per misurare la customer satisfaction su un gruppo di clienti caso aziendale scelto dai partecipanti.

15.30-15.45 Coffee Break

ore 15.45 - 17.30

- Metriche di misurazione quali - quantitative;
- La lettura dei risultati: gli indicatori assoluti e le indicazioni relative alla concorrenza;
- Cenni sui possibili utilizzi delle customer satisfaction in azienda.

1 Aprile - Misurare il Web.

Docenti **Sean Michael Carlos** e **Alberto Carozzo**

ore 14.00 - 15.30

- Introduzione alle Web Analytics.
- Terminologia di base.
- Dati rilevati:
 - Caratterizzazione delle visite;
 - Caratteristiche dei visitatori;
 - Misure di coinvolgimento e di conversione.
- La raccolta dei dati.
- Tracciare i Social Media (Twitter – Facebook).

15.30 – 15.45 Coffee Break

ore 15.45 - 17.30

- Le Google Analytics.
- Cenni di SEO Search Engine Optimization.

8 Aprile - Misurare i risultati di Mercato e Finanziari.

Docenti **Sergio Meacci** e **Giandomenico De Franco**

ore 14.00 - 15.30

- Le metriche per l'individuazione dei risultati di mercato ottenuti;
- Collegare i risultati di mercato al conto economico;
- La costruzione delle informazioni necessarie per rapportarsi con l'alta direzione.

15.30 – 15.45 Coffee Break

ore 15.45 - 17.30

- Customer Equity:
 - Customer equity: la nuova golden metric?
 - Perché il focus si sta spostando sul valore del cliente;
 - Come calcolarlo.

Per informazioni Segreteria AISM info@aism.org