

## **WORKSHOP A.A. 2015/2016**

### **ECOSISTEMI DI COMUNICAZIONE: GOVERNARE LA MULTICANALITÀ PER LA LEAD GENERATION**

a cura di **Alessandro SANTAMBROGIO**

La frequenza al workshop è del tutto facoltativa, non dà diritto a crediti formativi né ad attestati e deriva dalla volontà di arricchire anche con attività opzionali e supplementari l'offerta formativa della Facoltà.

Posti disponibili: **50**

\*\*\*\*\*

#### **Calendario:**

Martedì 5 aprile 2016	ore 10.00/12.00	Aula 112
Giovedì 7 aprile 2016	ore 10.00/12.00	Aula 112
Giovedì 14 aprile 2016	ore 10.00/12.00	Aula 112
Giovedì 21 aprile 2016	ore 10.00/12.00	Aula 112
Martedì 26 aprile 2016	ore 10.00/12.00	Aula 152
Martedì 3 maggio 2016	ore 10.00/12.00	Aula 114
Giovedì 12 maggio 2016	ore 10.00/12.00	Aula 112

#### **Obiettivo:**

Il workshop ha l'obiettivo di fornire una visione globale degli attuali meccanismi che governano la comunicazione per progettare strategie di marketing e comunicazione più efficaci e mirate. L'Ecosistema di Comunicazione allinea le principali teorie di marketing degli ultimi vent'anni e tutti gli strumenti della multicanalità all'interno di un processo organico che ha un obiettivo chiaro: generare lead e clienti.

In questo modo la comunicazione diventa una leva strategica, fortemente ancorata ai risultati. Inoltre l'Ecosistema di Comunicazione è misurabile e in grado di generare modelli predittivi per dimensionare gli investimenti.

#### **Programma:**

Il workshop dura 14 ore e si sviluppa secondo il programma seguente:

#### **Modulo 1: 2 ore**

##### **Uno scenario in evoluzione: comprendere il cambiamento**

- L'evoluzione del Consumatore Multicanale
- La Consumer Decision Journey
- 6 tendenze per il futuro

##### **Cambiare il paradigma: le regole dell'ecosistema**

- Dal modello trasmissivo al modello inferenziale
- Dalle 4P alle 4C DA DEFINIRE Reloaded

#### **Modulo 2: 4 ore**

##### **Da Aziende a Brand: diventare una specie dominante dell'Ecosistema**

- Essere riconoscibili
- Essere distintivi
- Essere focalizzati

##### **Conoscere i propri interlocutori: come fare evolvere la specie**

- Le Customer Personas: dare un volto ai target
- Le Personas: dalla teoria alla pratica
- Un modello per le Personas
- Gli stadi evolutivi

## **I tre regni dei media: proprietari, acquistati, conquistati**

- Media e obiettivi
- Le connessioni tra i Media
- Online / offline: ha ancora senso distinguere?
- Media e contesti: i Momenti della Verità
- Il Quarto Momento della Verità

## **Modulo 3: 2 ore**

### **L'ecosistema della comunicazione: connettere per ottenere risultati**

- Perché l'Ecosistema?
- Il processo integrato di lead generation
- Ruoli e obiettivi nell'Ecosistema

## **Modulo 4: 4 ore**

### **Costruire e gestire i contenuti: l'humus dell'ecosistema**

- Contenuti ed ecosistema
- Il Contenuto è Re, ma il Contesto è la Regina
- Che cos'è il Content Marketing
- A che cosa serve il Content Marketing
- Il ciclo del Content Marketing

### **Dalla Profilazione alla Community: creare valore con il CRM**

- Il CRM come generatore di valore
- Personas e profilazione
- Costruire una Community
- Il CRM nell'ottica dell'Ecosistema
- Progettare la fidelizzazione

### **Channel Mix: creare l'Ecosistema ideale**

- Il metodo per obiettivi sequenziali
- L'importanza delle caratteristiche tecniche

## **Modulo 5: 2 ore**

### **Misurare l'efficacia: dal ROI ai modelli predittivi**

- Dall'analisi dei dati alla modellazione: un caso concreto
- Provare, Misurare, Riprovare
- Come e cosa misurare: un cambio di prospettiva
- Integrare i media tradizionali nell'Ecosistema
- Dalla misurazione al modello predittivo
- Valutare il Ritorno sull'Investimento
- La misurazione è un processo

### **Da Target a Clienti in 8 mosse**

- Programmare i risultati

Il workshop può includere anche un'esercitazione pratica, con un brief fornito da un dirigente aziendale su un caso reale e una sessione conclusiva di due ore (aggiuntive rispetto al programma) in cui 3 o 4 gruppi di lavoro presentano il progetto al dirigente.