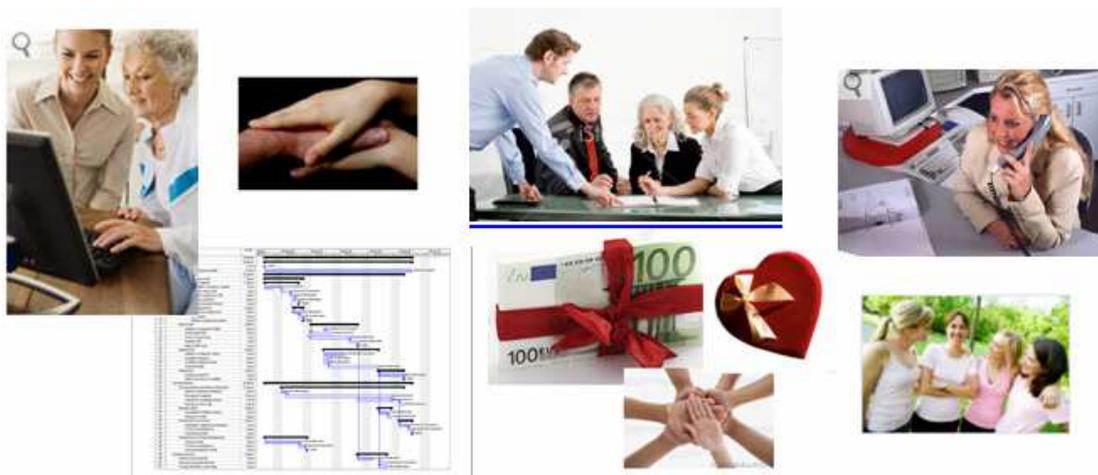


Corso:

Strategie di marketing e comunicazione per le organizzazioni no profit



Presentazione

Il marketing sociale: può essere definito come l'utilizzo dei principi e delle tecniche del marketing per influenzare un gruppo target ad accettare, rifiutare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario, allo scopo di ottenere un vantaggio per i singoli, i gruppi o la società nel suo complesso. Le organizzazioni non profit sentono in maniera crescente la necessità di operare sulla base di logiche strategiche, applicando al proprio settore le leve di marketing comunemente associate ad un approccio tradizionale di vendita. La pianificazione strategica di marketing rappresenta, infatti, una guida fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi, in un contesto in cui diventa sempre più importante distinguersi, acquisire notorietà e considerare la soddisfazione dei propri target di riferimento.

In questo nuovo scenario, le organizzazioni che operano nel sociale, anche di piccole e medie dimensioni, si trovano nella situazione di dover formulare ipotesi di sviluppo di attività e prodotti, promuovere iniziative per accrescere la propria visibilità, diversificare e costruire alleanze, introdurre strumenti per proporsi nel mercato e incrementare la propria presenza.

Obiettivi

Le strategie e gli strumenti del Marketing possono essere utilizzate con successo dalle organizzazioni del terzo settore (cooperative, associazioni, organizzazioni di volontariato, organismi religiosi, ecc). Ragionare in termini di Marketing permette ad una organizzazione di affrontare con intelligenza il mercato sociale, analizzare i bisogni dei vari targets e definire i servizi e i prodotti richiesti. Il corso permette ai partecipanti di acquisire le strategie e gli strumenti propri del marketing (adattati alle esigenze del terzo settore) che gli consentiranno di programmare e pianificare lo sviluppo e la crescita della ONP in modo strategico, razionale e per il lungo termine.

Programma

- Il marketing per le ONP : concetti generali
- Il marketing come metodologia di sviluppo delle ONP
- La ricerca di marketing: conoscere il mercato sociale per agire
- Le tecniche di indagine e le fonti
- Classificazione dei bisogni e analisi dei comportamenti
- Analizzare il macro e micro ambiente per le proprie strategie di sviluppo
- Analizzare le forze dell'ambiente esterno
- La Segmentazione del mercato no profit
- La scelta del target da servire
- Il concetto di Posizionamento della offerta e le strategie di Posizionamento per una onp
- Gli strumenti di marketing per analizzare e definire le strategie efficaci da perseguire
- Tecnica per analizzare Forze e Debolezze Interne alla ONP e Opportunità e Minacce Esterne (Analisi SWOT)
- Il marketing mix per definire prodotti e servizi : caratteristiche del prodotto/servizio;politiche di prezzo;caratteristiche dei canali di erogazione; comunicazione di prodotto e comunicazione sociale
- Strategie di marketing (differenziato, indifferenziato, di nicchia, concentrato)
- Il ciclo di vita di un prodotto/servizio e le varie fasi
- Il piano di marketing come strumento guida per lo sviluppo della ONP
- I mezzi di comunicazione
- La creazione del messaggio efficace
- Il piano di comunicazione efficace e la campagna di comunicazione
- Pensare in modo strategico al Sistema Informativo della ONP



Durata del programma formativo: 24 ore

Quota di iscrizione: 280 euro

Marketing per il sociale + Strategie di Fund Raising = 500 euro (sconto 10%)

Disponibile la versione Executive Master di 96 ore denominato: **“Marketing e comunicazione per le organizzazioni del terzo settore e Fund Raising”**.