

## MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO PER IL SETTORE ARREDAMENTO

### ONLINE MASTERCLASS (3 MODULI DA 4H CIASCUNO)

#### DATE

17,24 settembre, 2 ottobre 2024

#### ORARIO

9.00-13.00

#### DURATA COMPLESSIVA

12 ore

#### COSTO

550€+iva prima iscrizione

50% di sconto dalla seconda

#### DESTINATARI

Imprenditori e risorse coinvolte  
nell'attività di marketing

#### PROGRAMMA

##### **Modulo 1 Analisi del mercato e posizionamento**

###### ***Tema 1.1: Introduzione al marketing strategico e analisi del settore dell'arredamento***

Il ruolo del marketing, campi di applicazione, il processo di marketing  
Analisi di mercato  
Tendenze del mercato  
Conoscenza del cliente (comportamenti e bisogni)  
Segmentazione e target  
Concorrenza e opportunità  
Esercitazione: Analisi SWOT dell'azienda e del settore dell'arredamento

###### ***Tema 1.2: Posizionamento e differenziazione***

Le scelte strategiche di marketing: Branding, Portafoglio e Strategie di crescita  
Gli Elementi della brand identity (nome, personalità, benefici funzionali ed emotivi)  
Definizione del posizionamento e sua importanza  
Identificazione dei fattori di differenziazione  
Creazione di una proposta di valore per il cliente  
Esercitazione: Definizione del posizionamento e creazione della proposta di valore

##### **Modulo 2 Branding e strategia di crescita**

###### ***Tema 2.1: Architettura di branding***

Importanza del branding  
Architettura di brand  
Esercitazione pratica: Identificare l'architettura di brand di 3 player del mercato dell'arredamento.

###### ***Tema 2.2: L'identità visiva***

Come scegliamo e perché è importante la coerenza visiva  
Brand cues: Creazione e gestione dell'identità visiva  
Coerenza del messaggio di marca  
Esercitazione: Creazione di un mood board per l'identità visiva dell'azienda

#### UFFICIO FORMAZIONE

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302  
marika.petrillo@federlegnoarredo.it

**Tema 2.3: Obiettivi, strategie di marketing e Customer Journey**

Scelta della Source of Business (fonte di crescita)  
Definizione degli obiettivi di marketing  
Identificazione delle strategie di crescita di marketing  
La presenza mentale e la presenza fisica  
Dalla notorietà alla fedeltà: le fasi del customer journey  
Esercitazione: disegnare il customer journey dei clienti nel settore dell'arredamento

 Iscriviti  
qui**Modulo 3 Sviluppo del piano di marketing e monitoraggio****Tema 3.1: La Comunicazione: chi, cosa, dove, quando**

Obiettivi di marketing e di comunicazione  
Il Brief di comunicazione  
Canali di comunicazione tradizionali e digitali  
Pubblicità e sponsorizzazioni  
Eventi e fiere del settore  
Esercitazione: struttura del piano di marketing annuale

**Tema 3.2: Monitoraggio e ottimizzazione, KPI e metriche di successo**

Identificazione dei KPI e delle metriche rilevanti  
Monitoraggio delle performance e reportistica  
Ottimizzazione delle campagne e delle strategie  
Esercitazione: Definizione dei KPI e creazione di una dashboard di monitoraggio per l'azienda

Al termine del workshop, i partecipanti avranno acquisito una conoscenza approfondita delle strategie di marketing applicabili al settore dell'arredamento. Attraverso le esercitazioni pratiche, i partecipanti avranno l'opportunità di applicare direttamente i concetti appresi e di confrontarsi con gli altri partecipanti per scambiare idee e feedback.

Inoltre, il workshop contribuirà a creare una rete di professionisti del marketing nel settore dell'arredamento, favorendo la collaborazione e lo scambio di conoscenze tra i partecipanti e rafforzando il settore nel suo complesso.

**DOCENTE**

Silviana Petrone <https://www.silvianapetrone.it/>

**UFFICIO FORMAZIONE**

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302  
marika.petrillo@federlegnoarredo.it