

MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO PER IL SETTORE LEGNO-ARREDO

CORSO ONLINE

DATE

9,16,23 ottobre 2026

ORARIO

9.00- 13.00

DURATA

12 ore complessive

COSTO

Associato

540€+iva

prima iscrizione

30% di sconto

dalla seconda

Non associato

648€+iva

prima iscrizione

15% di sconto

dalla seconda

DESTINATARI

Responsabili marketing e
comunicazione

METODOLOGIA

Lezioni interattive,
confronto tra i partecipanti
ed esercitazioni pratiche

OBIETTIVI

Costruire un percorso di marketing strategico coerente, dall'analisi del mercato alla definizione di un piano d'azione concreto.

Al termine, si sarà in grado di leggere il mercato e il posizionamento competitivo, tradurre i valori aziendali in una narrazione di brand autentica, e trasformarla in una strategia di comunicazione strutturata con obiettivi, priorità e KPI. Attraverso esercitazioni pratiche su casi reali, il corso sviluppa competenze di analisi strategica, storytelling e pianificazione di marketing, con attenzione alla coerenza tra valori, comunicazione e credibilità verso il mercato.

ARGOMENTI

Dal mercato al valore

- Analisi del mercato e marketing strategico (Dalla strategia all'azione)
- Leggere il mercato (analisi, tendenze e fattori competitivi di sostenibilità)
- Dal target agli stakeholder (target, reputazione e relazione con il mercato)
- Posizionamento e proposta di valore (concorrenza e differenziazione)

Esercitazione: Analisi SWOT dell'azienda e del settore dell'arredamento

Dal valore al racconto

- Branding e identità (Architettura di brand e coerenza)
- Differenziazione e sostenibilità (Autenticità e coerenza)
- Dalla materialità al racconto (Temi materiali e storytelling)
- Comunicare senza perdere credibilità (Trasparenza e greenwashing)

Esercitazione: Costruzione del processo

Dal racconto all'azione

- Obiettivi e strategia (Obiettivi aziendali, coerenza ESG e strategia di marketing)
- Il piano di comunicazione (Cos'è, messaggi, contenuti e agenzie di comunicazione)
- Il customer journey (dalla customer Experience alla costruzione della fiducia)
- Dal piano al master plan (Priorità, pianificazione, KPI e monitoraggio dei risultati)

Esercitazione: Costruzione di un mini piano di marketing

DOCENTE: Andrea Dell'Orto (consulente marketing e comunicazione, giornalista, esperto di sviluppo sostenibile) - [Linkedin](#)

ISCRIVITI QUI