

Contenuto dei corsi

A chi conosce poco il marketing dei beni industriali metto a disposizione cinque brevi lezioni audio/video (slides commentate). Le trattazioni sono essenziali, in tutto durano meno di 25 minuti, e sono di taglio introduttivo ma non banali: il contenuto tecnico richiede un certo grado di attenzione.

A chi possiede qualche conoscenza di marketing, specie se opera in azienda nel campo, offro i materiali didattici dei miei corsi di maggior successo, in tutto più di 300 pagine A4. Si tratta sostanzialmente delle trascrizioni di quanto dicevo nelle mie lezioni in aula, corredate con molti degli schemi ed esempi che utilizzavo.

Tutti i corsi sono disponibili gratis e autorizzo a riprodurre i testi, purché non a scopo commerciale, naturalmente con la correttezza di citarne la fonte.

Chi si occupa di marketing (specie B2B) può trarre dalle lezioni molte idee pratiche per migliorare la propria tecnica, restando inteso che se la lettura del materiale didattico chiarisce logica e utilizzo degli strumenti, poi l'allievo deve sapersela cavare da solo per metterli in opera nella realtà della sua azienda.

I corsi da 1 a 4 trattano di tecniche che possono essere utilmente utilizzate da sole, ma che per ottenere il massimo di efficacia confluiscono nel piano di marketing (corso 5). I corsi 6 e 7 trattano di attività frequenti per chi si occupa di marketing, trovare e organizzare le informazioni e fare presentazioni. Ho fatto l'ultimo aggiornamento dei testi nel 2015, ma si tratta di tecniche di base che non diventano presto obsolete.

Le trattazioni sono apparentemente povere, senza il profluvio di immagini e animazioni che molti inseriscono. Si tratta di una scelta: chi cerca corsi semplici e "divertenti" qui non li troverà, **io mi rivolgo a chi ha bisogno di corsi approfonditi e tecnicamente validi, quindi impegnativi.**

Negli interventi in azienda utilizzavo due software a base Excel di mia proprietà, per inserire ed elaborare in modo guidato i dati per **la segmentazione e la valutazione del proprio mercato**, e per **l'analisi della competitività della propria offerta**. I risultati che emergono sono numerici e dettagliati, e la precisione dell'analisi aiuta molto a decidere strategie commerciali più efficaci.

Chi ritiene che i software gli possano essere utili me li può richiedere con una e-mail. **Li invierò gratuitamente** con una breve guida all'uso, ma attenzione: sono strumenti da marketer esperto, abbastanza tecnici da utilizzare.