

BRANDING ANALYSIS

La speranza non è una strategia – C. Voss

OBIETTIVI

- Conoscere il processo di costruzione di un brand
- Saper costruire un brand di successo
- Costruire una strategia di brand marketing
- Saper costruire e mantenere una efficace brand reputation

CONTENUTI

MODULO 1 – Competenza: Analisi del mercato di riferimento

- Il ruolo del brand per lo sviluppo del business
- Posizionamento, target, segmentazione
- Competitor Analysis
- Swot Analysis
- Analisi percettiva

MODULO 2 – Competenza: Costruire il brand

- Le caratteristiche di un brand
- Il Mood board
- Branding e Re-branding
- Brand awareness
- Dalla brand identity alla brand reputation

DESTINATARI

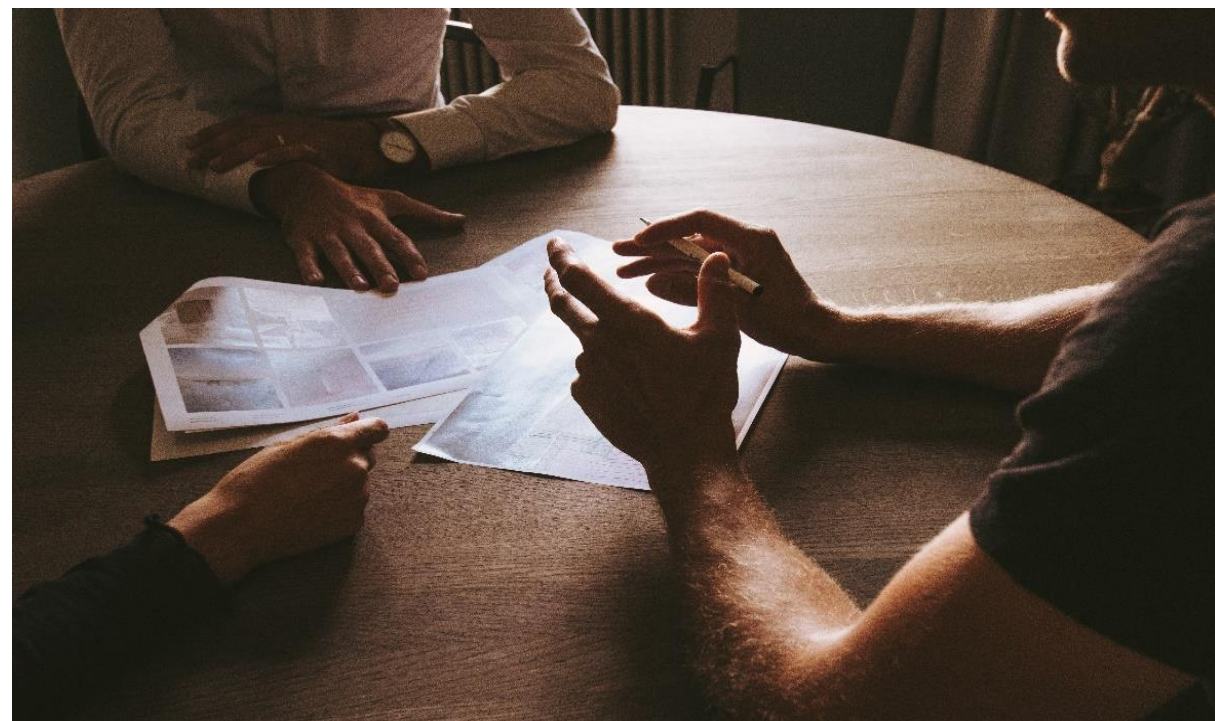
Tutti coloro che vogliono costruire o migliorare l'identità aziendale al fine di rafforzarne la presenza sul mercato.

DOCENTE

Daniela Fabiano

Esperta di turismo, opera nel settore da oltre vent'anni. Ha lavorato in catene alberghiere quali Accor e Eurostars Hotel sviluppando specifiche abilità in ambito di sales, marketing e revenue.

Da sempre considera la formazione continua come l'arma per vincere le sfide che la vita continuamente pone e per questo non ha mai smesso di seguire master e training che le consentissero la riqualificazione e l'aggiornamento continuo delle proprie competenze.



Quota di iscrizione per persona: Eu 300,00 + IVA

Info e iscrizioni: iscrizioni@tacktmi.it

www.tacktmi.it

CALENDARIO

MODULO 1 – 18 aprile 2023 – dalle 10.00 alle 13.00

MODULO 2 – 20 aprile 2023 – dalle 10.00 alle 13.00

La formazione è condotta in un ambiente virtuale progettato per simulare una vera classe e fornire un'esperienza di apprendimento reale.