



I FONDAMENTALI DI MARKETING PER LE COOPERATIVE E IMPRESE SOCIALI

Descrizione sintetica e obiettivi

Una giornata formativa per scoprire che il marketing non è scienza della persuasione ma soprattutto ascolto, non è un modo per apparire migliori ma per capire meglio che tipo di realtà siamo e agire di conseguenza, che il marketing non serve solo a massimizzare i profitti ad ogni costo ma piuttosto serve a farsi carico delle relazioni con il sistema economico e culturale del proprio territorio. Questo è il marketing quando diventa consapevole del ruolo chiave che svolge nell'indirizzare le scelte di imprese profit e no profit, di cittadini e istituzioni. Accanto a queste nozioni di base del marketing consapevole si affronteranno gli aspetti operativi del piano di marketing, della sua corretta stesura, gestione e monitoraggio.

Progettato appositamente per Right Hub, il percorso è studiato per sostenere l'Economia Sociale e sviluppare le competenze delle organizzazioni non profit al fine di favorire la competitività e quindi l'efficacia di un'economia solidale, etica, sostenibile.

Destinatari

Il corso è rivolto principalmente a due profili:

- a) alle figure più direttamente coinvolte nell'operatività marketing (responsabili marketing, comunicazione, fundraising) all'interno delle organizzazioni non profit di qualunque tipologia esse siano (fondazioni, organizzazioni non governative, associazioni non a scopo di lucro, cooperative sociali, imprese sociali, enti ecclesiastici, etc)
- b) a chi dirige, gestisce o amministra l'organizzazione direttamente interessato al marketing consapevole e alla visione sistemica in quanto depositario delle strategie e dell'identità dell'organizzazione stessa.



FORMATORE

Domenico Canzoniero

42 anni, 15 anni di esperienza nel mondo profit e no profit come formatore, project manager e consulente per il Marketing Consapevole.

Dopo una significativa esperienza nel settore della formazione per il sociale (Fondazione Carisbo, CEFAL) e della comunicazione pubblica (Loop srl, Chialab srl) nel 2007 fonda NDB Il Marketing Consapevole, lo studio di marketing e comunicazione nato per dare concretezza alla visione sistemica nel fare e comunicare l'impresa (tra i clienti Legambiente Onlus, Parco Nazionale della Majella, Parco Nazionale della Val d'Agri Lagonegrese, Università di Bologna - Eugea srl, Marco Polo Environmental Group, Coop Italia, Unicoop Firenze, Conad Pac2000, Guaber- Fito).

Ideatore e titolare del progetto iXorto con il quale propone la natura in città come presidio di sostenibilità, e di iXorto@Work con il quale offre soluzioni per il benessere e la produttività centrate sulla bio imitazione e la coltivazione della natura in azienda.

Nel 2008 è autore con Paolo Pelliccia del volume "Tu non uccidere" (Damiani Editore, Bologna, 2008) nel quale ha esplicitato la visione sistemica che lo ha condotto al marketing consapevole integrando importanti collaborazioni interdisciplinari (Z. Bauman, F. Bertossa, B. Chia, E. Morin).

Ideatore e organizzatore con la fondazione Plef Onlus del Green Retail Forum & Expo, l'unica vetrina dell'innovazione sostenibile per la distribuzione e l'accesso ai beni di consumo a cui partecipano le principali insegne della distribuzione italiana ed europea.

Sui temi dell'innovazione sostenibile per il retail collabora con le testate di settore Distribuzione Moderna e Display Italia.

È socio della fondazione Plef Onlus dal 2009 con cui collabora attivamente per diffondere i principi della sostenibilità nel mondo aziendale.

PROGRAMMA FORMATIVO

<p>09.00 13.00</p>	<p>Marketing Strategico</p> <p>Introduzione al corso e breve presentazione dei partecipanti</p> <p>Il Marketing Consapevole per l'Impresa Sociale: come operare sul mercato per creare coesione sociale conciliando il profitto con il benessere e l'equità</p> <p>Il Posizionamento Strategico Sostenibile delle Imprese Sociali: - Posizionamento, competitività e territorialità -Target, Beneficio Essenziale, Prezzo</p> <p>Esercitazione in aula: il Posizionamento Strategico Sostenibile della tua Impresa Sociale/Fondazione/Cooperativa</p>
<p>14.00 18.00</p>	<p>Marketing Operativo</p> <p>Il Piano di Marketing dell'Impresa Sociale: come rendere coerente il posizionamento con l'operatività marketing</p> <p>Piano di Marketing: l'offerta servizi e il suo sistema di erogazione, scelte distributive, di promozione e vendita</p> <p>Gestire la comunicazione e la promozione nei canali on e off-line</p> <p>Il budget di riferimento e le proiezioni economico-finanziarie degli impatti del piano marketing.</p> <p>Esercitazione in aula: elaborare un Piano Operativo e valutarne rischi e opportunità.</p>

Date e luogo : vedi <http://www.righthub.it/formazione>