



## Marketing sistemico

### Altri Corsi correlati

- La metodologia di vendita PR.O.M.E.T.E.O.
- Master in Pensiero Sistemico
- Modello S.O.L.V.E. sul problem solving
- Comunicazione integrata di impresa

### Obiettivi del corso

- Apprendere i principi del Pensiero Sistemico contestualizzati al marketing
- Applicare la logica circolare sistemica per analizzare e predire i comportamenti dei sistemi complessi (mercato, clienti e *competitor*)
- Trovare soluzioni di marketing innovative e controintuitive
- Fornire un nuovo valore aggiunto ai clienti grazie alla conoscenza degli Archetipi Sistemici
- Identificare nuove strategie di posizionamento e di fidelizzazione della clientela
- Proporsi ai *prospect* con un approccio innovativo ed originale

### Perché partecipare

La maggior parte degli approcci al marketing si basa sulla logica lineare appresa dai manager durante il percorso scolastico e universitario. Tale approccio però non sempre aiuta a comprendere e ad orientarsi nell'attuale complessità, velocità e globalizzazione dei mercati. Il corso fornisce ai partecipanti strumenti concreti per sostituire l'approccio lineare con il pensiero circolare che è la modalità più efficace per gestire e comprendere le dinamiche dei sistemi complessi (mercati, clienti, *competitor*). In particolare, dopo aver appreso nella prima giornata i fondamenti del Pensiero Sistemico, nel secondo giorno sono approfonditi gli Archetipi Sistemici, con una lettura innovativa e contro intuitiva del Marketing mix.

### A chi è rivolto

Questo corso è rivolto ai Top Management aziendali, Responsabili Marketing, Imprenditori, Consulenti e Liberi Professionisti.

### Programma del corso (due gg)

- I principi del Pensiero Sistemico
- I sei livelli del marketing sistemico
- Logica lineare e logica circolare
- Le retroazioni di rafforzamento e bilanciamento: mantenere o perdere i clienti
- I ritardi sistemici: la pianificazione efficace delle strategie di marketing
- L' «effetto farfalla»: le conseguenze delle strategie di marketing nel mercato allargato
- Le quattro prospettive dell'esperto di marketing sistemico
- L'effetto leva nel sistema mercato: piccoli sforzi mirati per grandi risultati
- Gli archetipi sistemici e la rilettura del marketing mix
- L'archetipo «soluzioni che falliscono»
- L'archetipo «limiti alla crescita»
- L'archetipo «escalation»
- L'archetipo «transfert»

### Metodologica didattica

La didattica è molto pratica ed esperienziale e prevede numerose esercitazioni individuali e di gruppo. Il docente condivide coi partecipanti numerosi casi aziendali nazionali ed internazionali tratti dalla sua esperienza consulenziale. Oltre alle slide i partecipanti riceveranno una selezione di articoli sul Pensiero Sistemico, pubblicati sul mensile di management «L'Impresa» del Sole 24 ore.

