

IL PRODUCT MANAGER (2GG)

Obiettivi del corso:

Pianificare con successo lo sviluppo del portafoglio prodotti del Product Manager e utilizzare le tecniche di marketing più idonee in funzione del ciclo di vita del singolo prodotto.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

IL PRODUCT MANAGER (2gg)

- ✂ Il ruolo del Product Manager in azienda;
- ✂ L'analisi della situazione attuale di marketing;
- ✂ La raccolta ed analisi delle informazioni interne ed esterne;
- ✂ L'analisi Swot per fare il punto della situazione;
- ✂ L'analisi del portafoglio prodotti;
- ✂ Come gestire il portafoglio prodotti: analisi delle diverse strategie di marketing;
- ✂ La segmentazione del mercato e la definizione del target;
- ✂ Il modello del ciclo di vita del prodotto;
- ✂ Le matrici di posizionamento;
- ✂ La gestione del marketing mix per il proprio prodotto / linea di prodotti;

- ✦ La determinazione del prezzo;
 - ✦ Le strategie di distribuzione e commerciale;
 - ✦ La leva comunicazione e promozione;
 - ✦ Come coinvolgere la forza vendita per spingere il prodotto;
 - ✦ Sviluppare un piano d'azione di prodotto;
 - ✦ Il controllo dei risultati e le iniziative di correzione;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-