

# L'EVENTO: LEVA STRATEGICA DI MARKETING E COMUNICAZIONE INTEGRATA

**Contesto:**

L'evento è divenuto uno strumento innovativo per realizzare una moderna strategia di Marketing Relazionale e comunicazione integrata verso tutti gli Stakeholders aziendali. Nell'economia globale e digitale, gli eventi integrano e valorizzano le potenzialità di tutti gli altri mezzi del Communication-Mix Aziendale, offrendo una base essenziale per supportare strategie di Marketing Management tese a sviluppare brand reputation aziendale. Gli eventi sono strumenti chiave per realizzare strategie di Storytelling e Content Marketing di natura emozionale ed esperienziale al fine di sviluppare Engagement e Loyalty rispetto all'offerta di valore aziendale.

**Obiettivi:**

- Il corso presenta l'inquadramento degli eventi nell'ambito della strategia di Marketing Aziendale, sviluppando le conoscenze di base per poter utilizzare immediatamente questo strumento nell'ambito del piano di Marketing e Comunicazione Aziendale per la creazione di valore

**Destinatari:**

- Personale e Manager degli Uffici Vendite, Marketing, Comunicazione, Eventi, Relazioni Esterne
- Laureati neo-assunti ad elevato potenziale

**Durata:**

8 ore

**Programma:**

- Il Marketing innovativo e olistico del XXI secolo
- L'evento quale nuova leva protagonista della strategia di Marketing e Comunicazione integrata
- La Neuroeconomia e l'evoluzione del Marketing
- Brand Identity, Brand Reputation, Brand Equity
- Eventi leve di Content Marketing e Storytelling
- Eventi e Gamification, Gambling, Marketing Esperienziale: tecniche innovative di Engagement con i pubblici ed i clienti per creare esperienze
- Il Project Management degli eventi: pianificazione, promozione, esecuzione e controllo
- Eventi quali leve del piano di comunicazione integrata: obiettivi, pubblici, concept, timing, budget, team, mezzi
- Tipologia, obiettivi e classificazione degli eventi C.E.