

## Sviluppo di una strategia per un mercato target

Codice: OBSO434

### Overview/Description

Un buon inizio per la preparazione di un piano di business è avere una chiara idea di quali possano essere i tuoi potenziali clienti. Per identificarli, devi imparare a condurre serie ricerche di mercato. In questo corso imparerai a condurre ricerche demografiche e psicografiche e ne capirai l'importanza. Studierai inoltre gli elementi fondamentali per l'analisi di un mercato di riferimento: quali sono gli elementi che DEVONO essere tenuti in considerazione? Verrà poi illustrato come definire la strategia marketing del tuo piano di business in funzione delle tue esigenze. Imparerai anche a fornire quelle informazioni chiare e concise necessarie ai decisori per dare VIA LIBERA al tuo progetto.

### Target Audience

Supervisori, responsabili e sviluppatori di progetto

### Expected Duration

2.5

### Lesson Objectives:

#### Componenti del concetto di mercato

- riconoscere l'importanza di identificare i componenti di base del concetto di mercato nella preparazione di un piano di business
- identificare gli elementi specifici della filosofia del concetto di mercato
- identificare i quattro criteri essenziali per definire il mercato di riferimento
- riconoscere gli approcci di segmentazione del mercato più comuni
- identificare i quattro elementi del marketing mix.

#### Una ricerca demografica

- comprendere l'importanza della ricerca demografica nella determinazione del mercato di riferimento
- riconoscere i tipi di informazione che la ricerca demografica fornisce
- selezionare altri elementi che influenzano indicatori demografici, quali l'area geografica, il clima, la densità di popolazione, le mode regionali e i modelli di consumo
- identificare le domande da porsi quando si conduce una ricerca demografica sui clienti
- comprendere come i fattori demografici incidano sulle strategie di marketing.

#### Una ricerca psicografica

- comprendere il valore dei dati psicografici nell'analisi di un segmento di mercato

- analizzare i diversi dati psicografici raccolti su clienti individuali e società
- riconoscere i fattori che influenzano gli indicatori psicografici, per esempio come i clienti si vedono o vogliono vedersi
- identificare le domande da porsi quando si raccolgono dati psicografici.

## **Definire una strategia di marketing**

- riconoscere l'importanza di una progettazione attenta della strategia di marketing in un piano di business
- riconoscere le due descrizioni di clienti essenziali alla strategia di marketing
- selezionare le domande da porsi quando si deve stabilire la dimensione e le tendenze del mercato
- identificare gli elementi su cui si basano le opportunità strategiche
  
- identificare i quattro elementi essenziali da includere nella definizione del piano di marketing.