

IL MARKETING PER LO SVILUPPO DELL'INCOMING

1° MODULO: MARKETING PER IL TURISMO

DESTINATARI

Il corso è rivolto agli imprenditori, ai responsabili commerciali e della comunicazione di aziende turistiche.

OBIETTIVI

2 giornate formative che permetteranno di:

- **Differenziarsi dalla concorrenza**
- **Identificare delle iniziative di marketing coerenti con la tipologia di clienti che si desidera raggiungere**
- **Definire il posizionamento e il target della propria struttura**
- **Valorizzare le risorse territoriali a disposizione**
- **Individuare e utilizzare i corretti canali di vendita pur disponendo di risorse limitate**

MARKETING: TECNICHE E STRUMENTI

1° giornata
9.00- 18.00

- analisi strategica delle opportunità che offre il territorio
- il marchio: gestione e personalizzazione
- politiche e norme nazionali ed internazionali
- strategie di posizionamento
- targetizzazione e segmentazione della clientela che si desidera attirare
- tecniche di gestione e pianificazione dei flussi turistici di incoming.

COME, DOVE, A CHI VENDERE

2° giornata
9.00- 18.00

- organizzazione dell'area commerciale dei servizi turistici
- la qualità dell'offerta: valutazione, integrazione e ottimizzazione delle attività
- la promozione mirata dei propri servizi
- le "aree" segmentate per targets
- la vendita: le fasi, le tecniche e le strategie
- esercitazioni pratiche
- il prezzo: la competizione dei prezzi, come conoscere e capire la concorrenza
- le iniziative di fidelizzazione: il cliente al centro del servizio
- analisi delle aspettative del cliente: come ragiona, cosa desidera
- l'accoglienza: servizi, attività, tecniche da utilizzare
- fidelizzazione, accoglienza e aspettative

IL MARKETING PER LO SVILUPPO DELL'INCOMING

2° MODULO: LA COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO

DESTINATARI

Il corso è rivolto agli imprenditori, ai responsabili commerciali e della comunicazione di aziende turistiche.

OBIETTIVI

2 giornate formative che permetteranno di:

- **Differenziarsi dalla concorrenza**
- **Creare delle iniziative promozionali coerenti con la tipologia di clienti che si desidera raggiungere**
- **Valorizzare le risorse territoriali a disposizione**
- **Individuare e utilizzare i corretti canali di comunicazione e promozione pur disponendo di risorse limitate**

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

1° giornata
9.00- 18.00

- L'incoming: segmentazione delle utenze, promozione e comunicazione
- come massimizzare e valorizzare la notorietà e l'immagine della località turistica, agendo anche sulla sua capacità di attrarre flussi di clientela
- la comunicazione: strategie, ruoli, strumenti
- pubblicità, eventi, promozioni e sponsorizzazioni per le attività turistiche

LE POTENZIALITÀ DELLE APPLICAZIONI DI WEB MARKETING AL TURISMO, PER LA COMUNICAZIONE E LA VENDITA.

2° giornata
9.00- 18.00

- introduzione all'uso del sito web: gli obiettivi, gli approcci teorici e i metodi di valutazione
- come applicare l'usabilità web nel ciclo di vita del prodotto, come scegliere i metodi più appropriati.
- principi di scrittura per il web: come utilizzare la tecnica appropriata a seconda del tipo di testo e dell'obiettivo della comunicazione.
- comunicazione online: le differenze rispetto ai media tradizionali. Cosa non funziona online. Esempi di comunicazioni efficaci. Comunicare per obiettivi.

LA SFIDA DELLA TRANSIZIONE NELLE AZIENDE FAMILIARI

DESTINATARI

Il corso è rivolto ai titolari di aziende che desiderano garantire continuità nella gestione dell'azienda familiare, adeguandosi agli scenari di mercato di oggi. Sarà particolarmente utile a chi si propone di attuare un processo di passaggio generazionale.

OBIETTIVI

2 giornate formative più una di follow-up

- sviluppare consapevolezza e competenza sulle dinamiche che sempre si creano fra azienda e famiglia
- esplorare in modo specifico la problematica, economiche e psicologiche del passaggio di consegne
- individuare il modo più adatto di gestire efficacemente la transizione generazionale.

PROGRAMMA

GLI ASPETTI STRATEGICI DEL PASSAGGIO GENERAZIONALE

1° giornata

9.00- 18.00

- Chi decide il momento del passaggio di consegne e come lo si pianifica
- Come identificare i principali ostacoli avversi al buon svolgimento del passaggio, che si producono sia a livello personale (sia di chi attua il passaggio sia di chi ne beneficia) che organizzativo
- Come valorizzare le capacità e le esperienze accumulate negli anni
- Come trasferire la conoscenza e la presa in carico delle specificità e delle condizioni per assicurare nel tempo l'efficacia dell'azienda

GLI ASPETTI SIA UMANI CHE DI GESTIONE DEL PASSAGGIO GENERAZIONALE

2° giornata

9.00- 13.00

- I principali ostacoli alla buona riuscita del passaggio e come gestirli
- idee fisse, tabù, preconcetti
- conflitti che nascono dalla coabitazione tra due diverse generazioni
- conflitti tra i diversi possibili

LA "VERA" SFIDA DA VINCERE: PASSAGGIO, CRESCITA, CONTINUITÀ

2° giornata

14.00- 18.00

- Il passaggio generazionale inteso come un "progetto di cambiamento interno"
- La ricerca di un efficace mix di metodologie per la crescita aziendale
- Il senso d'appartenenza e l'identità aziendale
- Gestire i processi di cambiamento organizzativo
- Dai problemi del passaggio al rinforzo del business: il nuovo e permanente obiettivo di questa operazione

FOLLOW UP di una giornata a distanza di 4 - 6 settimane, dove si verificano e si confrontano le esperienze vissute dai partecipanti nell'applicazione di quanto trattato nel corso.

Profilo di CESMA

CESMA opera dal **1968** nella formazione commerciale e manageriale.

E' associato **ASFOR** (di cui fa parte del Consiglio Direttivo), fa parte dei Network Europei **MEANS**, Management Evaluation and Assessment Network e **ACE**, Assessment Circle Europe.

La formula originale che fin dalla sua costituzione distingue CESMA è l'impegno a trasmettere esperienze tecniche e manageriali concrete e attuali che i partecipanti agevolmente apprendono, rielaborano e applicano alle proprie realtà di lavoro.

I formatori CESMA hanno l'importante capacità di creare un clima favorevole al dialogo, nel più rigoroso stile professionale, attraverso interventi vivi, dinamici, interattivi, con un approccio sempre pragmatico e in sintonia con le aspettative e le necessità dei partecipanti.

Attraverso la presentazione di casi aziendali si attua una continua comunicazione a "due vie" che porta anche all'analisi diretta di casi significativi, con un costante e produttivo scambio di esperienze. Il docente favorisce l'assunzione di un ruolo attivo da parte del partecipante attraverso un continuo scambio di idee con il docente stesso e con gli altri partecipanti.

La forte intensificazione della concorrenza così come la globalizzazione dei mercati impongono un continuo adattamento delle competenze tecniche e gestionali.

CESMA offre gli strumenti e le indicazioni pratiche necessarie per sviluppare un approccio innovativo alle sfide competitive di una realtà in continua evoluzione.

Il metodo CESMA, consente di rafforzare le abilità decisionali, incrementare le capacità gestionali, sviluppare l'attitudine al lavoro in gruppo e migliorare le proprie performance grazie a una visione integrata dell'azienda.

Da 8 anni CESMA organizza in collaborazione con l'Istituto **TAVISTOCK Consultancy Service** di Londra e **IL NODO Group** di Torino seminari residenziali esperienziali quali ALI ed EMSSO che permettono di esplorare e apprendere il comportamento dell'individuo che opera all'interno di gruppi e di organizzazioni complesse.



CESMA, ha certificato il proprio Sistema di Gestione per la Qualità in conformità alla norma ISO 9001:2000.

SCHEDA RICHIESTA DI ADESIONE

La scheda ha valore di pre-adesione

Da compilare e inviare a:
CESMA - Piazzale Giulio Cesare, 4 - 20145 Milano
Tel. 02 4694018 - Fax 02 462990 - E-mail: info@cesma.org

Chi desidera iscriversi deve completare le seguenti pagine della scheda di richiesta di partecipazione.

Desidero iscrivermi al corso:

A- PRIMO MODULO: MARKETING PER IL TURISMO (2 gg): 650 € + IVA 20%

B- SECONDO MODULO: LA COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO (2 gg): 650 € + IVA 20%

C- LA SFIDA DELLE TRANSIZIONI FAMILIARI (2 gg più follow up): 950 € + IVA 20%

Iscrivendosi ai corsi:

A + B la quota di partecipazione è di **1.100 € + IVA 20%** invece di 1.300 € + IVA 20%

A + B + C la quota di partecipazione è di **1.900 € + IVA 20%** invece di 2.250 € + IVA 20%

Cognome _____

Nome _____ Età _____

Azienda _____

Mansione ricoperta _____

Indirizzo azienda _____ Tel _____

CAP _____ Città _____ Fax _____

E-mail _____

Indirizzo privato _____ Tel _____

CAP _____ Città _____ Fax _____

E-mail _____

Indicare la corrispondenza all'indirizzo:

azienda

privato

1. Mansioni attuali:

2. Esperienze lavorative precedenti:

3. Indichi eventuali altre precedenti esperienze formative:

A seguito dell'invio della presente scheda di adesione, CESMA, provvederà a comunicare le date ed il luogo di svolgimento del MASTER.

Da questa data i partecipanti dovranno, entro 10 gg., provvedere a dare conferma di adesione attraverso comunicazione scritta e contestualmente effettuare il versamento della quota di partecipazione.

Il sottoscritto, dichiarando di aver ricevuto le informazioni previste ai sensi dell'art. 13 D.Lgs. 30 giugno 2003, autorizza espressamente CESMA – Centro Esperienze e Studi di Management S.r.l., ai sensi dell'art. 23 del D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 e successive modifiche alla raccolta, conservazione e trattamento dei dati rilasciati per le sole finalità di: promozione ed aggiornamento dei corsi CESMA, per esigenze di tipo operativo, gestionale e contabile, per informazioni su nuovi programmi di formazione e aggiornamento. Il trattamento dei dati sarà effettuato sia con l'utilizzo di supporto cartaceo, sia con l'ausilio di strumenti elettronici informatici e telematici. Il Titolare al trattamento dei dati è CESMA-Centro Esperienze e Studi di Management, Piazzale Giulio Cesare, 4 - 20145 Milano, Cod. fiscale e P. IVA 06273180155, ove è altresì domiciliato il responsabile protempore del trattamento, i cui dati identificativi possono essere acquisiti presso tale sede. I dati raccolti saranno conservati presso la stessa sede, dove ogni interessato potrà rivolgersi per l'esercizio dei propri diritti previsti ai sensi dell'art. 7 del D.lgs.196/2003.

Data _____ Firma per accettazione (con timbro se Azienda o Ente) _____

SPAZIO RISERVATO A CESMA

Adesione n°. del

.....

.....

.....

.....

.....

RICHIESTA PARTECIPAZIONE SELEZIONE STRUTTURA FORMATIVA FAITA - CESMA

Cesma e Faita hanno pensato di realizzare il Vostro Master presso una struttura ricettiva all'aria aperta.

Questa scelta vuole evidenziare lo spirito dell'iniziativa: una formazione attuale, pratica e concreta. Quale luogo migliore per trasmettere competenze, esperienze ed emozioni, per creare sinergie, per partecipare insieme dal primo istante a tutti i processi produttivi dell'impresa, se non presso un'Azienda? Magari proprio la Vostra?

È per questo che stiamo individuando strutture ricettive pronte a divenire parte integrante del nostro progetto. Proponga la Sua Impresa come centro **FAITA LEARNING POINT**, allegghi il modulo di candidatura alla Sua richiesta di partecipazione, verrà contattato a breve da un nostro responsabile per definire le modalità di adesione.

DENOMINAZIONE STRUTTURA

	Prov.	
Superficie totale lorda (mq):		Classificazione (Stelle):
Capacità ricettiva max:		
Periodo di apertura della Struttura: Stagionale (indicare il periodo dal.....al.....) Annuale		

<u>UNITÀ RICETTIVE</u>		<u>SPECIFICHE ATTIVITÀ FORMATIVA</u>		
<i>Tipologia</i>	<i>Numero</i>	Sala idonea alle attività formative		
Piazzole:		Si	No	
Bungalow:		Superficie della sala (mq.).....		
Case mobili:		Videoproiettore	Si	No
Camere:		Lavagna luminosa	Si	No
		fogli mobili	Si	No
Tende:		Pc	Si	No
Caravan:		Connessione Internet	Si	No

POSSIBILITÀ ORGANIZZAZIONE LOGISTICA, VITTO, ALLOGGIO

Pernottamento	Si	No	Breakfast	Si	No	Lunch	Si	No
Dinner	Si	No	Coffee Break	Si	No	Transfert	Si	No
Applicazione per i servizi sopra riportati a tariffe preferenziali							Si	No

Il sottoscritto _____ titolare rappresentante/legale della Struttura di cui sopra, chiede di candidarsi come centro **FAITA LEARNING POINT**.

Data: _____ **Timbro e Firma** _____