

Marketing e vendite

AI per il Marketing Strategico Strumenti avanzati di intelligenza artificiale per l'analisi, il posizionamento e la pianificazione strategica di marketing

OBIETTIVI

Il corso è finalizzato a sviluppare competenze strategiche nell'utilizzo dell'intelligenza artificiale a supporto delle decisioni di marketing, comunicazione e pubbliche relazioni, integrando strumenti digitali avanzati nei processi aziendali.

In coerenza con l'Atlante del Lavoro (processi di analisi e implementazione AI) e con il Repertorio Regionale (EQF 5), il percorso mira a:

- analizzare dati e mercati attraverso strumenti di AI e analytics
- sviluppare strategie di marketing basate su segmentazione e posizionamento
- integrare AI nei processi decisionali aziendali
- collegare gli obiettivi marketing a performance produttive (costi, tempi, qualità)
- progettare azioni di comunicazione e promozione multicanale

Competenze in uscita:

- utilizzo di strumenti di data analysis e AI per marketing
- progettazione di strategie di marketing basate su dati
- definizione del marketing mix
- utilizzo AI per analisi clienti e comportamento
- integrazione tra marketing, produzione e valore aziendale
- uso di strumenti AI per contenuti e comunicazione

DESTINATARI

- Responsabili marketing
- Imprenditori e manager
- Addetti comunicazione e PR
- Figure commerciali e strategiche

Prerequisiti:

- Conoscenze base di marketing
- Competenze digitali di base

DURATA e metodologia di erogazione:

40 ore

- Aula (formazione esperienziale)
- Laboratori pratici su strumenti AI
- Analisi di casi aziendali reali
- FAD sincrona per approfondimenti

CONTENUTI

Modulo 1 – Fondamenti di marketing strategico

- Evoluzione del marketing
- Concetto di valore e orientamento al cliente
- Relazione tra marketing e strategia aziendale

Modulo 2 – Analisi del mercato e segmentazione

- Tecniche di segmentazione
- Analisi target e customer personas
- Strumenti AI per analisi dati clienti

Modulo 3 – Posizionamento e marketing mix

- Posizionamento competitivo
- Leve del marketing mix (4P)
- Strategie di differenziazione

Modulo 4 – AI per marketing e comunicazione

- AI per analisi dati e previsioni
- AI per content strategy
- AI per campagne digitali

Modulo 5 – Strategie di comunicazione e promozione

- Marketing digitale e new media
- Event marketing
- Strategie omnicanale

Modulo 6 – Integrazione marketing-produzione

- Collegamento tra marketing e processi aziendali
- Costi, tempi, qualità
- Pianificazione strategica

Modulo 7 – KPI e performance marketing

- Definizione KPI
- Analisi performance
- Ottimizzazione strategie

CERTIFICAZIONI RILASCIATE

Attestazione di messa in trasparenza delle competenze

Attestato di frequenza

QUOTA DI ISCRIZIONE individuale

Costo per partecipante € 780,00 + IVA

per gli associati al sistema Confindustria € 620,00 +IVA