

Marketing e Vendite: un'arte che si impara

ISCRIZIONE

€ 50,00 inclusa quota associativa a I.S.F. di € 20,00 da versare tramite bonifico bancario intestato a: ISTITUTO SUPERIORE DI FITOTERAPIA Banca Prossima - IBAN IT52 R033 5901 6001 0000 0010 736 Inviare ricevuta di pagamento con i propri dati anagrafici, recapiti e i dati per la fatturazione via mail a info@isfitoterapia.org o al fax 02 90781996.

COME RAGGIUNGERE LA SEDE

Mezzi pubblici: 14 - 90 - 91
Dalle stazioni Centrale, Cadorna, Garibaldi, Porta Genova:
M2 fermata sant'Agostino e tram 14

La sede del Corso è dotata di **Parcheggio interno gratuito per i partecipanti**

INFORMAZIONI

345 2726989 - Istituto Superiore di Fitoterapia
02 92882211 (h 10.00 / 13.00) - Fondazione Accademia di Comunicazione

Istituto Superiore di Fitoterapia è un'associazione senza fini di lucro impegnata nella diffusione della medicina naturale e nella ricerca e approfondimento delle terapie che utilizzano fitoderivati. Organizza corsi di aggiornamento professionale per offrire a medici, erboristi, farmacisti l'occasione di crescita professionale e scambio di conoscenze e competenze.

Fondazione Accademia di Comunicazione è scuola leader nel campo delle arti e della comunicazione e forma professionisti attraverso corsi post-diploma e master. E' stata di recente scelta a New York come la migliore scuola italiana di Pubblicità

Thanks to



FITOMEDICAL
star bene è naturale

Istituto Superiore di Fitoterapia
tel. 345 2726989
info@isfitoterapia.org
www.isfitoterapia.org



Marketing e Vendite un'arte che si impara

Incontro dedicato agli erboristi

Domenica 19 maggio 2013

ore 9.00 - 13.00



Sede

Fondazione Accademia di Comunicazione
Milano, via Savona 112/A

Vendere oggi significa ascolto, relazione, emozione.

Saranno esaminati metodi, tecniche e approcci corretti e innovativi per fare del marketing del punto vendita un vero e proprio punto di forza per raggiungere gli obiettivi commerciali e di crescita del vostro esercizio.

Si intende inoltre fornire indicazioni per aumentare livelli di conoscenza e competenza comunicativa che, nell'utilizzo combinato di linguaggi, mezzi e messaggi, possano creare flussi di apprezzamento e fedeltà, e valorizzare l'immagine, la professionalità, l'affidabilità dei punti vendita erboristici.

Un momento di riflessione collettiva sulle peculiarità del vostro settore per condividere idee, soluzioni e prospettive del prossimo futuro.

Relatori

- **Mariella Chieppa, senior advisor marketing, comunicazione e vendite, esperta di marketing strategico, internazionalizzazione ed eventi**
- **Michelangelo Tagliaferri, sociologo, consulente di comunicazione, direttore scientifico della Fondazione Accademia di Comunicazione**

IL MARKETING DEL PUNTO VENDITA

- * I cambiamenti del mercato e l'impatto sulle politiche del punto vendita
- * Alcuni elementi di marketing:
 - I marketing mix
 - La classificazione e la segmentazione della clientela
 - Analisi della concorrenza
 - Concetto di valore per il mercato
- * Il Retail mix e le sue leve:
 - il punto vendita
 - l'offerta e il prezzo
 - la comunicazione
 - relazione con il cliente e fidelizzazione

LAYOUT E DISPLAY DEL PUNTO VENDITA

- * Organizzare lo spazio vendita
- * Gli errori da non commettere
- * Atmosfera del punto vendita e psicologia ambientale
- * Polisensorialità e creazione dell'atmosfera

LA COMUNICAZIONE

- * La comunicazione e le sue caratteristiche
 - Informazione e comunicazione
 - Comunicazione finalizzata e organizzata
 - Lettura dei comportamenti del pubblico
 - Gli obiettivi della comunicazione per il marketing
- * Strategia e piani di comunicazione
- * Scelta dei linguaggi e dei mezzi e costruzione dei messaggi
- * La comunicazione integrata
- * La valutazione dei risultati

Ore 11.00 - 11.15 Coffee break



LA COMUNICAZIONE DEL E SUL PUNTO VENDITA

- * I mezzi di comunicazione per il punto vendita
- * Le regole della comunicazione:
 - La comunicazione personale
 - La comunicazione verbale e non verbale
 - Come comunicare
- * Presentazione del prodotto
- * L'importanza e il ruolo della vetrina come fattore d'attrazione
- * Comunicare la marca attraverso il punto vendita
- * La comunicazione e la promozione del punto vendita
- * Web marketing

IL CLIENTE E LE TECNICHE DI VENDITA

- * Principali caratteristiche e tecniche di gestione dei clienti:
 - Analisi dei flussi
 - Up selling e cross selling
 - Fidelizzazione
 - Gestione dei reclami

ALCUNE RIFLESSIONI SUL SETTORE: scambio interattivo di esperienze

- * I valori di consumo che muovono le scelte della clientela dell'esercizio erboristico
- * I competitor
- * Massimizzare l'esperienza del punto vendita
- * Fare cultura erboristica