

MARKETING PER L' AGROALIMENTARE

Descrizione

Nel dinamico settore dell'agroalimentare, il brand positioning è un elemento cruciale per distinguersi dai competitor e conquistare un posto privilegiato nella mente dei consumatori. Le strategie di posizionamento abbracciano varie dimensioni, come la valorizzazione delle caratteristiche uniche dei prodotti, la comunicazione pubblicitaria, l'esperienza del cliente e l'identità del brand, connessa ai suoi valori distintivi.

Per i produttori del settore agroalimentare italiano, il web marketing è essenziale per creare una solida presenza online. Tuttavia, avere un sito web o un e-commerce è solo l'inizio; occorre attrarre un traffico mirato e costante per ottenere risultati concreti.

Parallelamente, la presentazione accurata dei prodotti, con l'utilizzo attento di materiali e colori, suscita emozioni nei consumatori e amplifica il processo di vendita.

Nel contesto specifico del marketing del vino, è fondamentale adottare strategie pratiche basate su casi concreti, specialmente per le piccole e medie cantine. Questo corso mira a potenziare l'immagine delle cantine attraverso l'analisi aziendale e una trasformazione nel modo di gestire l'attività vinicola.

Inoltre, l'applicazione del Business Model Canvas al settore del vino consente di creare modelli di business innovativi, generando un valore aggiunto significativo e comprendendo il funzionamento dell'azienda in modo intuitivo e semplice.

Per la vendita online di prodotti alimentari, è essenziale essere preparati con una guida completa all'utilizzo di e-commerce diretti. Questo corso offre consigli, strategie di marketing online e un'attenzione particolare alla salute, igiene e sicurezza del settore alimentare.

Infine, la mappatura dei marketplace e degli e-commerce rappresenta un'opportunità imperdibile per i produttori agroalimentari italiani. Questo corso fornisce una panoramica completa delle opportunità commerciali online, includendo consigli e contatti diretti per ottimizzare la gestione del tempo e proporre collaborazioni mirate con E-Commerce e Marketplace specifici.

L'approccio strategico permette ai produttori di sviluppare la propria presenza online in modo efficace, distinguendosi dalla concorrenza e puntando al successo nel mercato globale dell'agroalimentare.

Obiettivi

L'obiettivo principale delle strategie di posizionamento del brand nel settore dell'agroalimentare è creare una percezione distintiva e positiva nella mente dei consumatori. Le strategie mirano a differenziare il brand e i suoi prodotti dai competitor, comunicando in modo efficace le caratteristiche uniche, il valore e i valori associati al marchio. Attraverso una presenza online solida, una presentazione accurata dei prodotti e l'utilizzo di modelli di business innovativi, l'obiettivo è attirare un traffico mirato e costante, aumentare le opportunità di vendita e, al contempo, contribuire a elevare lo standard del settore agroalimentare italiano.

Durata

I corsi compresi nel pacchetto hanno una durata complessiva di 20 ore.

Corsi compresi nel pacchetto

- Brand Positioning e agroalimentare
- Web Marketing e agroalimentare
- Marketing fieristico e digitale
- Il Marketing pratico del vino
- Wine Business Model Canvas
- Food online e normative
- I Marketplace per il food

Al termine vi sarà fornito un attestato di completamento del corso