



Unione europea  
Fondo sociale europeo



REGIONE DEL VENETO



## FONDO SOCIALE EUROPEO IN SINERGIA CON IL FONDO EUROPEO DI SVILUPPO REGIONALE

POR 2014 – 2020 – Ob. “Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione”

**Codice Progetto: 1265/0/1/785/2015**

**Titolo: *Innovazione della comunicazione e del marketing aziendale***

**DGR n. 785 del 14/05/2015**

Si informa che l'azienda ha presentato un progetto di formazione a valere sulla DGR 785 del 14 maggio 2015 dal titolo “*Innovazione della comunicazione e del marketing aziendale*”.

Il progetto si inserisce all'interno del Programma Operativo del Fondo Sociale Europeo 2014/2020 Obiettivo *Investimenti in favore della crescita ed occupazione* e si pone quale strumento individuato nell'ambito della strategia perseguita dalla Regione del Veneto per lo sviluppo della competitività d'impresa e la valorizzazione del capitale umano al fine di assicurare il mantenimento dei posti di lavoro esistenti e generare nuove opportunità di crescita e occupazione.

Destinatari degli interventi sono: [inserire ruoli/funzioni di tutti partecipanti: p.es Resp. Ufficio Marketing, n. 3 addetti alla produzione, ...].

Le competenze acquisite dai destinatari del progetto di sviluppo sono le seguenti:

- Conoscere degli obiettivi ed i concetti del marketing e la sua terminologia tecnica
- Conoscere i principi del *process thinking*
- Saper applicare il *process thinking*
- Saper utilizzare un *tool software* mirato ai processi
- Conoscere il potenziale in termini di funzioni concreti dall'utilizzo di tale software
- Conoscere teoria, problemi, procedimento e *milestone* della *software selection*
- Saper applicare i modelli di analisi
- Conoscere i parametri importanti per costi e successo
- Saper creare processi di vendita che stabiliscano una relazione efficace col cliente
- Conoscere i parametri importanti per costi e successo
- Saper creare una efficace rete di processi
- Conoscenza dei principi fondamentali del post vendita
- Capacità di applicare operativamente i principi del post vendita
- Conoscere l'importanza di una strategia aziendale
- Conoscere l'applicazione di metodi di calcolo per il supporto delle decisioni strategiche
- Saper gestire la definizione degli obiettivi strategici
- Saper controllare le attività di vendita

|                                         |                                      |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|
| Verifica dei rendiconti per conto della |                                      |
| <b>REGIONE VENETO</b>                   |                                      |
| ... Formazione / Lavoro / Istruzione    |                                      |
| Titolo di spesa                         |                                      |
| <input type="checkbox"/>                | ammesso a contributo FSE per € ..... |
| <input type="checkbox"/>                | non ammesso a contributo FSE € ..... |
| Dgr nr. ....                            | Progetto nr. ....                    |
| Data 16/13/19                           | RTI BDO - SELENE                     |

- Saper definire ed applicare i KPI

Di seguito si riporta l'elenco dei moduli formativi e di Accompagnamento che realizzati:

| MODULO                                                                                               | PARTECIPANTI | ORE |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----|
| Introduzione generale ad una moderna struttura e gestione di marketing e vendita da parte di una PMI | 5            | 16  |
| " <i>Process Thinking</i> " negli ambiti marketing e vendita è il suo valore per l'azienda           | 9            | 36  |
| Sistemi CRM moderni per il marketing e la vendita                                                    | 7            | 40  |
| Processi di vendita                                                                                  | 7            | 36  |
| Processi di marketing                                                                                | 7            | 36  |
| Processi di post-vendita                                                                             | 8            | 36  |
| Obiettivi aziendali                                                                                  | 10           | 40  |
| Costi dei processi di vendita/marketing; modellazione e creazione di KPI                             | 5            | 40  |
| Analisi dei clienti esistenti                                                                        | 6            | 16  |
| Analisi di mercato: trovare nuovi canali di vendita e nuovi <i>prospect</i>                          | 6            | 20  |

**DURATA TOTALE 316 ORE**