



Francesco Lemma

Corso di Marketing e Comunicazione

L'ambiente di marketing

- Macro ambiente
- Micro ambiente
- Ambiente interno

La SWOT Analysis

- Strengths, punti di forza;
- Weaknesses, punti di debolezza;
- Opportunities, opportunità;
- Threats, rischi.

La FIVE FORCES ANALYSIS

- Il rischio di accesso al mercato;
- Il potere degli acquirenti;
- Il potere dei fornitori;
- La minaccia di prodotti sostitutivi;
- Competizione concorrenziale.

Analisi statica - Analisi dinamica - Analisi delle opzioni strategiche.

La ricerca sul cliente.
Le macro analisi.

- Relazioni interne dell'industria;
- Analisi di background;
- Osservazione.

La Delphi Forecast

- Le previsioni sui bisogni futuri..



Francesco Lemma

Corso di Marketing e Comunicazione

- | | |
|---|--|
| Il set di istruzioni (BRIEF) | <ul style="list-style-type: none">- Specificazione degli aspetti da investigare;- Target di riferimento;- Analisi di precedenti esperienze;- Budget dettagliato;- Gestione del progetto. |
| Obiettivi del marketing
I costi per attivare un nuovo cliente corrispondono a cinque volte il prezzo necessario per trattenere un cliente già esistente. | <ul style="list-style-type: none">- La soddisfazione del cliente;- Il mantenimento del cliente. |
| Le 7p del Marketing Mix | <ul style="list-style-type: none">- Prodotto; Promozione; Place; People; Process; Physical evidence; Price. |
| I modelli di comportamento del consumatore | <ul style="list-style-type: none">- Le esperienze che influenzano il comportamento del consumatore;- I processi di acquisto. |
| I comportamenti delle aziende | <ul style="list-style-type: none">- I decision makers;- Utilizzatori;- Influenzatori e consiglieri;- Sanzionatori;- Compratori. |



Francesco Lemma

Corso di Marketing e Comunicazione

La segmentazione del mercato - Le 5 fasi.

Strategie di business in azione - Sviluppo del prodotto;
- Sviluppo dell'offerta;

Team multigestionali - Gestione del processo di sviluppo;
- Le risorse;
- La nascita dell'idea;
- Screening;
- Analisi del business;
- Sviluppo e lancio.

PLC- Ciclo di vita del prodotto - Introduzione;
- Crescita;
- Maturità
- Declino.

Direct Marketing - Obiettivi della comunicazione.

Marketing non convenzionale - Viral;
- Guerrilla.



Francesco Lemma

Corso di Marketing e Comunicazione

La pianificazione
della comunicazione

- L'importanza strategica della vision;
- Il processo di costruzione del marchio;
- Le fasi del ciclo della pianificazione e del controllo;
- pianificazione strategica/associativa;
- la matrice di Ansoff;
- Bowman's Strategy Clock;
- Boston Matrix.

Il Promotion Mix

- Vendita personale;
- Promozione di vendita;
- Pubbliche relazioni;
- Direct mailing;
- Fiere ed esposizioni;
- Pubblicità;
- Sponsorizzazione.

La distribuzione
e le strategie di prezzo

- Gli intermediari del canale;
- Politica/strategia.

Brand
percezione dei consumatori

- I valori del marchio;
- le pubbliche relazioni;
- l'opinione;
- uso delle banche dati.

Le linee guida
per la Presentation

- Il decalogo per una presentazione efficace;
- Gli errori da evitare nell'uso dei "visuals".

Il brainstorming

- Il contributo del gruppo.



Francesco Lemma

Corso di Marketing e Comunicazione

I presupposti
della comunicazione

- I tre livelli della comunicazione;
- Il modello SAO;
- I due linguaggi;
- I sistemi di rappresentazione;
- La comunicazione sensoriale;
- La rappresentazione preferenziale;
- Il ricalco verbale ed extraverbale;
- La calibrazione;
- L'arte delle domande;
- La comunicazione scritta.

Il metamodello

- La nostra rappresentazione del mondo;
- Esperienza e percezione;
- Vincoli e filtri sociali ed individuali;
- La generalizzazione;
- La cancellazione;
- La distorsione;
- La struttura del linguaggio;
- I modelli trasformativi.

La comunicazione persuasiva

- I canali subliminali;
- Comunicazione sintonica e distonica;
- Tipi di persuasione.

La metacomunicazione

- Paraverbale;
- Non verbale;
- Usi della metacomunicazione;
- Il doppio legame



Francesco Lemma

Corso di Creatività per la Comunicazione*

Ideazione di un Logo	<ul style="list-style-type: none">- Analisi del modello;- Analisi del target;- Analisi dell'offerta.
Progettazione di un Logo	<ul style="list-style-type: none">- Tecniche di realizzazione dalla bozza a mano all'esecutivo con l'uso di strumenti informatici..
Ideazione, pianificazione e realizzazione di una campagna pubblicitaria	<ul style="list-style-type: none">- Analisi del modello;- Analisi del target;- Analisi dell'offerta;- Analisi dei media;- Tecniche di esecuzione con l'uso di strumenti informatici.
Direzione artistica di una campagna pubblicitaria	<ul style="list-style-type: none">- Spot video;- Spot audio;- Fotografia digitale;- Affissioni;- Stampa;- Pagine web;- Eventi.

*Principali Software Grafici utilizzati:
PhotoShop, Adobe Illustrator, CorelDraw, Flash, Ulead VideoStudio.*

*per i temi del corso di comunicazione vedi pagine 4 e 5



Francesco Lemma

Marketing e comunicazione: Professionalità certificata.

Nel 2006 - Master in Marketing e Comunicazione presso l'ISM di Roma
Con la collaborazione con l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza"
Dipartimento di Lingue per le Politiche Pubbliche.
Voto: MERIT.

Nel 2003 - Docente di "editoria tradizionale ed elettronica ed analisi della comunicazione scritta" per l'Associazione Federiciana di Napoli.

Nel 1999 - Docente di "grafica pubblicitaria e comunicazione di impresa" presso l'Olivetti di Pozzuoli per l'Associazione Apeiron.

Creatività e comunicazione: Professionalità certificata.

Nel 2009 - Freelance con portfolio clienti proprio.

Nel 2008 - Art Director presso l'agenzia pubblicitaria WSTAFF di Napoli.

Nel 2003 - Assunto presso la Shopping House S.p.a. di Napoli come responsabile della comunicazione e del marketing dei cinque punti vendita.

Nel 1999 - Art Director per la Elianto Edizioni s.r.l. di Napoli.

Nel 1996 - Collaborazioni con la Soprintendenza ai Beni Artistici e Storici di Napoli

- presentazione del progetto del Museo di Donnaregina (San Gennaro);
- progetto per il rilancio del Parco della tomba di Virgilio;
- presentazione del progetto del museo del teatro San Carlo;
- presentazione del restauro dell'Orto Botanico di Napoli;
- presentazione del restauro della Reggia Di Portici.

Nel 1996 - Collaborazioni con il C.E.I.S. di Roma - Università di Torvergata.

- Manifesto per la presentazione del convegno internazionale della FAU sulla nutrizione.
- Manifesto per la presentazione del convegno internazionale di economia e coservazione delle risorse genetiche per l'agricoltura.

Nel 1995 - Art Director per l'agenzia pubblicitaria EPA s.r.l. di Pompei.