

Il **tu**o fatturato è in calo e non sai più quale **strategia** adottare per **distinguerti** dai **tuoi concorrenti**?

# Corso di Marketing e Comunicazione per **VIDEOMAKERS**



**MILANO, 3 marzo 2016**  
c/o sede JVCKENWOOD Italia S.p.A.  
Via Sirtori 7/9, 20129 Milano

# Il marketing non è una battaglia di prodotti, è una battaglia di percezioni!

Vince chi conquista il posizionamento migliore nella mente del cliente





## Oggi più che mai tre parole sono il terrore di molti professionisti: **concorrenza, cambiamento e crisi.**

Oggi vanno per la maggiore le promozioni sul prezzo. Molti professionisti offrono prezzi scontati o un super sconto. Sarebbe molto più utile sentire i professionisti parlare di valore anziché di prezzo perché puntando sul prezzo si può innescare una spirale discendente molto pericolosa.

Frequentando il corso imparerai come **consolidare e riposizionare la tua professione utilizzando le leggi universali del marketing**, come **utilizzare al meglio il concetto di posizionamento** e come **gestire in modo professionale ogni trattativa commerciale.**



## Sei molto più competente di alcuni tuoi colleghi e non ti spieghi come mai loro hanno più lavoro di te?

Spesso **le sole competenze tecniche non bastano** a veicolare la scelta del potenziale cliente nella tua direzione. Come mai?

Semplicemente perchè il tuo potenziale cliente non ha le tue stesse competenze tecniche e quindi **non sceglie te in base ad esse ma alla percezione che ne ha di esse.**

Se continui ad utilizzare sempre gli stessi strumenti, continuerai ad ottenere sempre gli stessi risultati.



## Quali saranno gli argomenti trattati durante la giornata di formazione?



Comunicazione  
Efficace



Marketing  
Laterale



Marketing  
Comportamentale



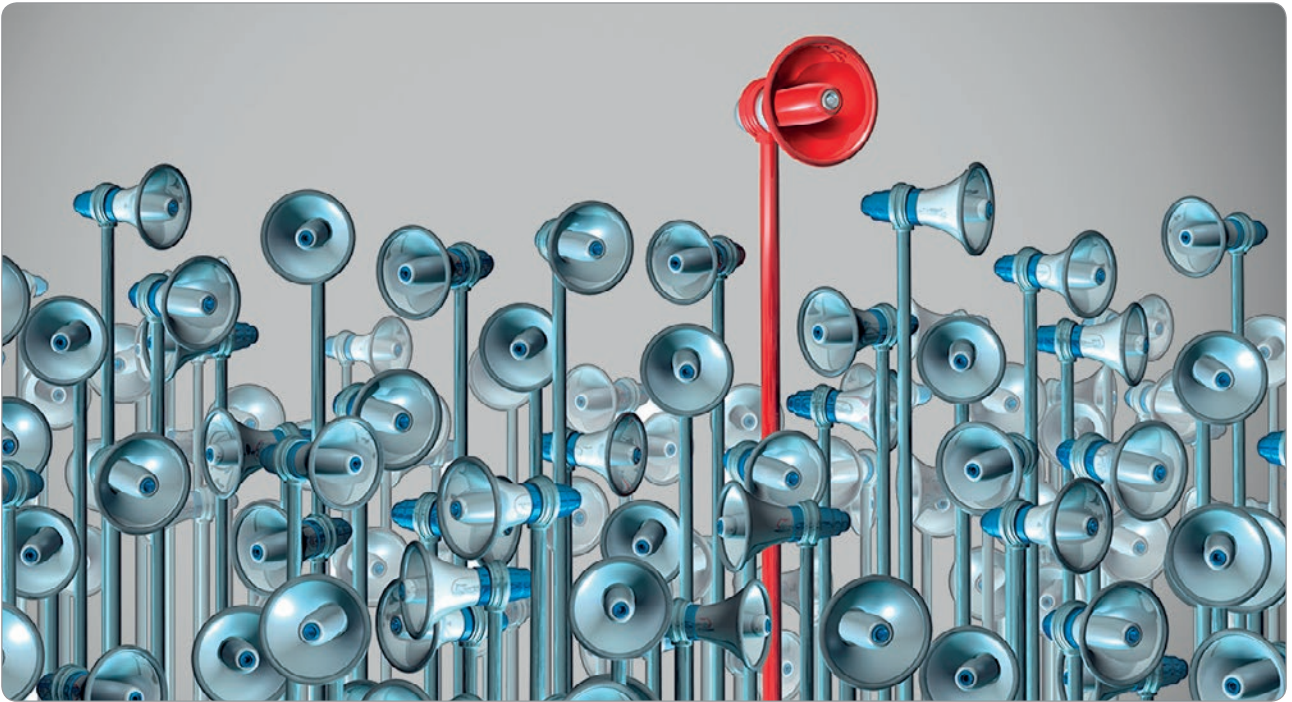
Comunicazione  
Persuasiva



Neuro-Marketing  
in azione



Negoziazione  
Professionale



## Comunicazione efficace

Il significato della tua comunicazione è dato dalla risposta che ottieni

L'efficacia di un atto comunicativo si misura rispetto alla sua capacità di raggiungere lo scopo. Come il comportamento non ha un suo opposto – non esiste un non-comportamento – anche un atto comunicativo non ha un suo contrario: non si può non-comunicare. La comunicazione è un atto senza appello perchè non hai una seconda possibilità! Tutti gli “lo volevo dire che...” non potranno rimettere in dietro le lancette e cancellare nella mente del tuo interlocutore quello che ha appena sentito.

Ti piacerebbe comunicare in modo efficace? Fare in modo che la tua comunicazione ottenga il risultato desiderato?



## Marketing comportamentale

Quando il marketing trasforma la realtà che percepiamo

I professionisti del marketing spesso utilizzano delle vere e proprie trappole di percezione o cognitive per “catturare” le loro prede. Sei mai stato persuaso all’acquisto di qualcosa mosso dall’irrefrenabile impulso di specifici elementi decisionali (costo, peso, disponibilità di prodotto, altri pretendenti all’acquisto, offerte speciali) per poi chiudere quell’acquisto nello stanzino? Sai perchè ci troviamo ad acquistare cose che in fondo non ci servono? Perchè tutto è relativo perfino quando non dovrebbe esserlo!



## Neuro-Marketing in azione

Come vendere alla parte emotiva del cliente per un successo istantaneo

La maggior parte di noi acquista su una base emozionale e istintiva e giustifica poi razionalmente le decisioni prese. Quali sono i principi che si celano dietro queste decisioni? Ti piacerebbe migliorare la tua capacità di fare business influenzando chiunque, ovunque ed in qualunque occasione in solo quattro mosse? Ti basterà conoscere i quattro semplici passi della “neuro-vendita”. Se vendete degli estintori, cominciate accendendo il fuoco davanti ai vostri potenziali clienti. - *David Ogilvy, Esperto pubblicitario*





## Marketing laterale

È meglio essere i primi che meglio degli altri

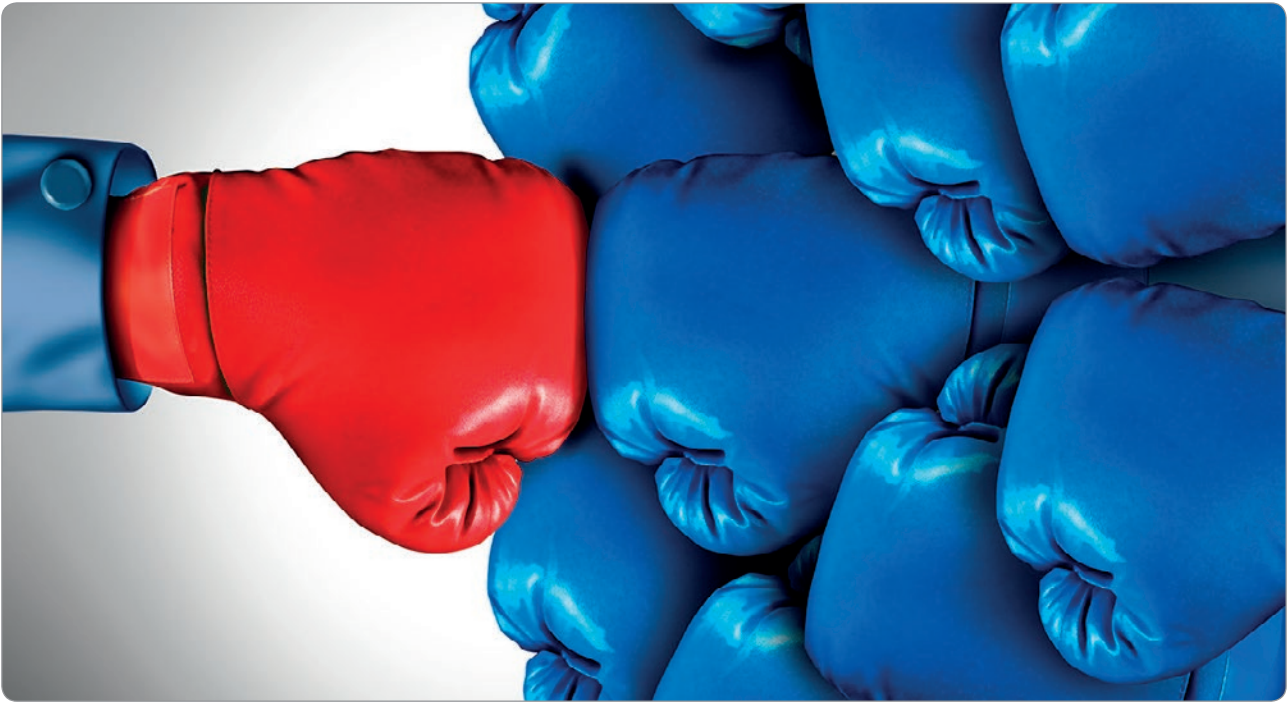
Il marketing laterale valuta nuove vie per ridare vita al tuo business o per crearne uno completamente nuovo dove dominare. Ti sei mai chiesto quali altri bisogni è possibile soddisfare con il tuo prodotto/servizio nel caso in cui venga modificato? Quali clienti non potenziali è possibile raggiungere cambiando il tuo prodotto/servizio? Ti piacerebbe conoscere i meccanismi che sono alla base del marketing laterale per creare nuove categorie di mercato ridefinendo i tuoi prodotti e servizi?



## Comunicazione persuasiva

Quali sono, come funzionano e come utilizzarli al meglio in modo etico

Come mai alcune persone sono più persuasive di altre? Quali sono i meccanismi inconsci che ci spingono nella loro direzione? A volte capita che pur proponendo qualcosa di vantaggioso per il nostro interlocutore veniamo ignorati o magari rifiutati. Questo accade perchè la nostra percezione e le nostre scelte sono veicolate da meccanismi inconsci e sociali: i principi della persuasione.



## Negoziazione professionale

### Come evitare di fare disastri negoziando in modo approssimativo e da dilettante

Durante una trattativa sei tu a fare la prima offerta oppure attendi quella del tuo interlocutore? Quando concedi qualcosa (importi, tempistiche, servizi, ecc.) lo fai in modo studiato in cambio di una contropartita oppure lo fai seguendo solo il tuo istinto? Inoltre, concedi in modo crescente o decrescente? Negoziare una trattativa commerciale dalla piccola vendita al grande accordo in modo approssimativo può avere delle lunghe e dannose conseguenze non solo economiche.

**Se avessi otto ore per tagliare un albero, ne spenderei sei ad affilare la lama della mia ascia. *Abraham Lincoln***



## Dopo il corso saprai anche...

1. interpretare correttamente il pensiero e le volontà del tuo cliente;
2. comunicare le tue proposte al cliente in modo allettante e persuasivo;
3. negoziare il giusto compenso con il cliente evitando di svenderti pur di chiudere un contratto;
4. dare nuova vita al tuo marketing;
5. ampliare e potenziare le tue possibilità di business;



## e ci riuscirai...

1. sfruttando al meglio l'intelligenza linguistica;
2. padroneggiando i principi della persuasione;
3. apprendendo le basi di una negoziazione efficace;
4. sfruttando i principi del neuro-marketing e del marketing comportamentale;
5. attraverso l'uso del marketing laterale.



## A chi è consigliato il corso?

A **Videomakers Professionisti** che vogliono acquisire tutti gli strumenti utili per incrementare il proprio giro d'affari attuale o crearne uno completamente nuovo.



## Dove e quando partecipare

**MILANO, 3 marzo 2015**

c/o sede JVCKENWOOD Italia S.p.A.

Via Sirtori 7/9, 20129 Milano



## Gli orari del corso

Ore 10,00 – 11,30	Prima sessione di lezione
Ore 11,30 – 12,00	Pausa
Ore 12,00 – 13,30	Seconda sessione di lezione
Ore 13,30 – 14,30	Pausa pranzo
Ore 14,30 – 16,00	Terza sessione di lezione
Ore 16,00 – 16,30	Pausa
Ore 16,30 – 18,00	Quarta sessione di lezione
Ore 18,00 – 18,30	Esercitazione pratica
Ore 18,30	Consegna attestato



## Attestato di partecipazione

A fine corso ricevi il diploma che attesta le tue competenze acquisite e la tua partecipazione al corso.



# Docente del corso

## **Gianmarco Terracciano**

*Corporate & Executive Coach and Trainer*

*Licensed Trainer of Neuro-Linguistic Programming®*

*Licensed NLP Coach™, Master in Business Coaching e PNL®*

Esperto di Marketing Comportamentale, di Neuro-Marketing e di Negoziazione Professionale per il Business affianca commercianti, liberi professionisti, imprenditori e manager nell'ottimizzare il posizionamento ed il riposizionamento sul mercato.

Ideatore di numerosi eventi di successo a livello nazionale nell'ambito della formazione ho collaborato e collaboro da anni con brand internazionali nonché con diverse Università degli Studi, Ordini Professionali ed Eventi Fieristici.

Ho avuto il piacere di collaborare con:

### **Brand internazionali**

Nikon, Epson, Autodesk, Apple, X-Rite Pantone, Wacom, Kodak, Canon, Nik Software, Asus, Computer Discount

**JVC**

*c/o sede JVCKENWOOD Italia S.p.A.  
Via Sirtori 7/9, 20129 Milano*