



Brand Strategy per le PMI: costruire valore attraverso Digital Marketing e Social Media

DAL 3 NOVEMBRE



Obiettivi

Digital Marketing e Social Media sono strumenti fondamentali per costruire visibilità, reputazione e relazione con il mercato. La loro efficacia, tuttavia, dipende dalla capacità dell'impresa di avere le idee chiare su **cosa comunicare, a chi, con quale valore e attraverso quali canali**.

Il corso propone quindi un approccio che parte dalla strategia e arriva agli strumenti operativi.

L'obiettivo è fornire ai partecipanti un metodo per:

- Comprendere e valorizzare gli **elementi distintivi dell'impresa**, gli asset strategici e i fattori che generano valore per il mercato;
- Definire una **proposta di valore, un posizionamento competitivo e messaggi chiave** coerenti con i target prioritari;
- Trasformare la strategia in una **comunicazione efficace**, individuando contenuti, canali e strumenti coerenti con gli obiettivi aziendali;
- Utilizzare **Digital Marketing e Social Media** per sviluppare reputazione, relazione e opportunità di business;
- Tradurre la strategia in un **piano d'azione concreto e misurabile**, definendo priorità, attività e KPI per monitorarne l'efficacia.

Il percorso alterna inquadramento strategico, casi aziendali, confronto e attività applicative, con l'obiettivo di trasferire un metodo concretamente utilizzabile nella propria realtà aziendale.



- STRATEGIA E POSIZIONAMENTO
- TARGET E PROPOSTA DI VALORE
- DIGITAL MARKETING E SOCIAL MEDIA
- PIANO D'AZIONE E KPI
- CASI PRATICI E STRUMENTI OPERATIVI



Metodologia

Il corso adotta un approccio learning by doing, alternando momenti di inquadramento strategico, modelli e strumenti di marketing e comunicazione, casi aziendali, discussione e attività applicative.

I modelli vengono presentati in modo pragmatico, privilegiando la comprensione dei principi fondamentali e la loro applicazione concreta. I casi e le best practice consentono di confrontarsi con esperienze reali e di stimolare la discussione in aula.

Le esercitazioni possono essere svolte individualmente o in gruppo e sono finalizzate a sperimentare direttamente le metodologie presentate, prendendo come riferimento, ove possibile, la realtà aziendale dei partecipanti.

Destinatari

Il corso è rivolto a responsabili e professionisti di marketing e comunicazione, brand manager e figure coinvolte nella definizione e nello sviluppo delle attività di marketing dell'impresa.

È aperto anche a imprenditori, titolari di PMI e responsabili commerciali interessati a comprendere come una strategia di comunicazione efficace possa contribuire a rafforzare il valore della marca, la relazione con il mercato e le opportunità di crescita.

Non sono richieste competenze specialistiche di Digital Marketing: è sufficiente una conoscenza di base dei principi di marketing e comunicazione aziendale.

Struttura

Il percorso si compone di **4 giornate formative** per un totale di **32 ore complessive** e si svolgerà presso la sede di Confindustria Bergamo presso il Kilometro Rosso Innovation District.

Modulo	Data e ora
Modulo 1 Costruire il valore della propria impresa	02/11/2026 9:00 - 18:00
Modulo 2 Costruire una proposta di valore distintiva	09/11/2026 9:00 - 18:00
Modulo 3 Trasformare la strategia in comunicazione	20/11/2026 9:00 - 18:00
Modulo 4 Digital Marketing e Social Media per la crescita dell'impresa	24/11/2026 9:00 - 18:00

Modulo 1: Costruire il valore della propria impresa

DOMANDA GUIDA

Che cosa rende la nostra azienda unica e capace di generare valore come marca?

La prima giornata aiuta a leggere la propria impresa con uno sguardo strategico, andando oltre la semplice descrizione di prodotti e servizi per individuare ciò che genera realmente valore e rende l'azienda riconoscibile e competitiva.

TEMI

- Come si crea valore nei mercati (B2B e B2C)
- Perché alcune aziende vengono scelte anche quando non sono le meno costose
- Asset tangibili e intangibili
- Competenze distintive, specializzazione e know-how, ingredient branding
- Credibilità e reputazione
- Analisi del contesto competitivo
- Individuazione dei principali fattori di differenziazione

ATTIVITÀ APPLICATIVA

Attraverso strumenti di analisi ed esercitazioni guidate, i partecipanti lavoreranno sulla propria realtà aziendale, applicando i concetti affrontati durante la giornata per identificare competenze distintive, punti di forza, asset strategici, principali mercati di riferimento e aree di maggiore interesse per la creazione di valore.

Output: Strategic Snapshot Aziendale

Modulo 2 | Costruire una proposta di valore distintiva

DOMANDA GUIDA

Perché un cliente dovrebbe scegliere noi invece di un concorrente?

Dall'analisi dell'impresa si passa alla costruzione di una proposta di valore chiara, credibile e differenziante, capace di orientare la comunicazione e rafforzare il posizionamento dell'azienda.

TEMI

- Segmentazione dei mercati
- Individuazione dei clienti prioritari
- Buyer Persona
- Value Proposition
- Posizionamento competitivo
- Benefici per il cliente
- Reason to Believe
- Tone of Voice
- Definizione dei messaggi chiave

ATTIVITÀ APPLICATIVA

I partecipanti lavoreranno alla costruzione di una sintesi del proprio posizionamento, definendo proposta di valore, elementi distintivi, messaggi chiave, elevator pitch e principali prove a supporto della promessa di marca.

Output: Positioning One-Pager

Modulo 3 | Trasformare la strategia in comunicazione

DOMANDA GUIDA

Come rendere visibile il valore dell'azienda?

La terza giornata affronta il passaggio dalla strategia alla comunicazione: come trasformare posizionamento e proposta di valore in contenuti e messaggi capaci di rendere l'azienda più riconoscibile, credibile e rilevante per il proprio pubblico.

TEMI

- Strategia di comunicazione
- Customer Journey
- Comunicazione integrata
- Scelta dei canali
- Storytelling
- Content Strategy
- Case history e testimonianze
- Il ruolo dell'Intelligenza Artificiale nella produzione dei contenuti



LABORATORIO DIGITAL E SOCIAL MEDIA

Con il supporto di un esperto di Digital Marketing e Social Media, i partecipanti sperimenteranno la traduzione della strategia in attività concrete:

- costruzione di un piano editoriale coerente con la strategia;
- definizione di format e contenuti per i diversi canali digitali;
- applicazione pratica a LinkedIn, newsletter e sito aziendale;
- adattamento dei contenuti ai diversi target e momenti del customer journey;
- utilizzo di strumenti digitali e di AI per la progettazione e produzione dei contenuti.

Output: Content Kit



Modulo 4 | Digital Marketing e Social Media per la crescita dell'impresa

DOMANDA GUIDA

Come trasformare la comunicazione in relazioni e opportunità di business?

L'ultima giornata è dedicata all'utilizzo del Digital Marketing e dei Social Media come strumenti per sviluppare la presenza digitale dell'impresa, costruire relazioni con clienti, prospect e consumatori e supportare, dove opportuno, l'attività commerciale

TEMI

- Il ruolo del Digital Marketing nello sviluppo della relazione con il mercato
- Integrazione fra marketing e funzione commerciale
- Social Selling come estensione della relazione commerciale
- Lead nurturing
- Advertising digitale (ADS), newsletter e campagne email mirate
- KPI e misurazione delle performance
- Miglioramento continuo delle attività di comunicazione

LABORATORIO DIGITAL E SOCIAL MEDIA

Attraverso esercitazioni pratiche i partecipanti lavoreranno su:

- utilizzo professionale di LinkedIn e dei Social Media;
- advertising digitale: impostazione di campagne e criteri di targeting;
- newsletter e campagne email mirate;
- strumenti digitali per la gestione e il monitoraggio delle relazioni;
- definizione di una routine operativa;
- individuazione dei principali indicatori di performance.

Output: Digital Communication Action Plan

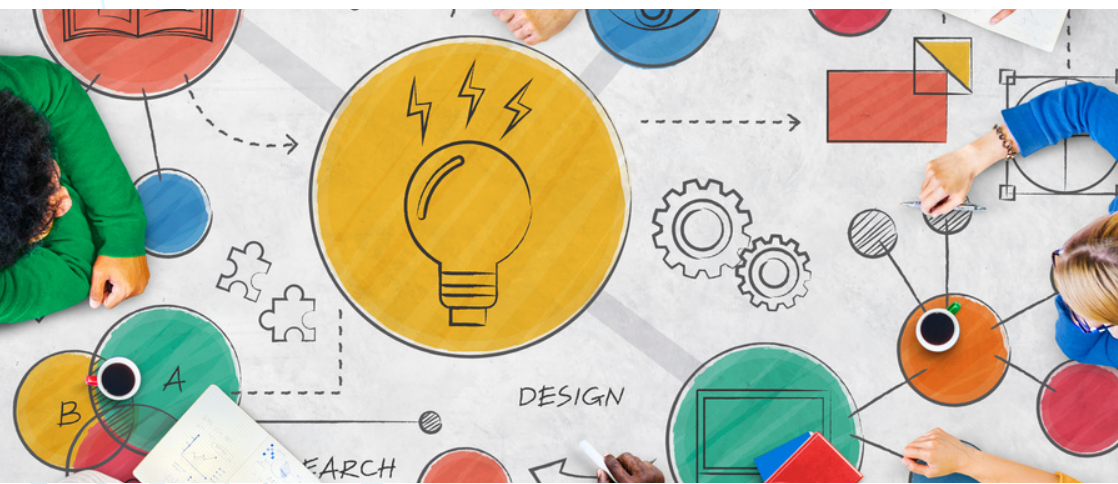
IL COMMUNICATION PLAYBOOK

Le quattro giornate sono progettate come tappe successive di un unico percorso.

Gli output sviluppati durante il corso confluiscono nel Communication Playbook, uno strumento di lavoro che raccoglie:

- **Strategic Snapshot** : chi siamo, dove creiamo valore e quali sono i nostri elementi distintivi.
- **Positioning One-Pager**: proposta di valore, posizionamento competitivo e messaggi chiave.
- **Content Kit**: contenuti, piano editoriale e strumenti di comunicazione coerenti con il posizionamento.
- **Digital Communication Action Plan**: azioni, strumenti e KPI per utilizzare Digital Marketing e Social Media in modo coerente con la strategia.

Il Playbook viene costruito progressivamente durante il percorso a partire dagli strumenti e dai metodi presentati dai docenti, attraverso le esercitazioni applicate ove possibile alla realtà aziendale dei partecipanti, e rappresenta una base di lavoro da sviluppare e adattare successivamente in azienda.



Costi e finanziamento

- **1500€ + IVA** per aziende associate a Confindustria Bergamo
- **1950€ + IVA** per aziende NON associate a Confindustria Bergamo

Il corso è finanziato con le risorse del bando "Formazione Continua" di Regione Lombardia rivolto alle aziende con sede operativa in Lombardia. Il bando permette di recuperare fino a 1.500 € sulla quota di partecipazione.

Contattaci per maggiori informazioni sul corso o per individuare i canali di finanziamento disponibili!

Per maggiori informazioni sul corso :



LIDIA PETRUZZO

l.petruzzo@serviziconfindustria.it
345 6863984



JESSICA SERRATORE

j.serratore@serviziconfindustria.it
+39 342 6329005

Per maggiori informazioni sul bando di Regione Lombardia:



SARA GUERRINI

s.guerrini@serviziconfindustria.it
342 3327173



GIADA VITALI

g.vitali@serviziconfindustria.it
335 442085

SCOPRI DI PIÙ

