

CAMPUS BRANDING

Come far riconoscere il proprio brand attraverso l'analisi dei fattori identitari e la selezione di quelli che rendono unici ed inimitabili

Sono circa 100.000 le aziende vinificatrici nel mondo, solo in Italia sono quasi 46.000, per una produzione di miliardi di diverse etichette. In un mare di offerta di questo genere la sfida chiave è quella di

fare emergere e rendere riconoscibile il proprio brand. Ma per farlo è necessario analizzare nel dettaglio la propria identità aziendale ed individuare ciò che ci rende realmente unici e riconoscibili.



OBIETTIVI

- 1 Conoscere i propri fattori identitari
- 2 Riuscire a costruire un progetto di branding per la propria azienda
- 3 Impostare una gerarchia di fattori riconoscibili del proprio brand

CAMPUS BRANDING



PROGRAMMA

La costruzione di un brand riconoscibile.
Come identificare i valori identitari.
Come creare una gerarchia di contenuti volta a valorizzare il brand.
Le azioni concrete per emergere in un mercato competitivo.



A CHI È RIVOLTO

A titolare ed export manager che presidiano i mercati.
A tutti coloro che vogliono VENDERE il vino italiano all'estero e costruire relazioni permanenti con i propri partner internazionali.



DOCENTI

Fabio Piccoli e Lavinia Furlani.



QUANDO E DOVE

Data:
in MODALITÀ DIGITAL.

Orario: dalle 14.00 alle 18.00

Digital: I Campus hanno una durata di 4 ore ciascuno e hanno un obiettivo assolutamente di taglio operativo al fine di consentire ai partecipanti di applicare immediatamente le analisi e le strategie che vengono evidenziate.



COSTO

120 € + IVA

