

MARKETING

SERVICES

- Analisi del BISOGNO
- Adattarsi alle necessità del cliente
- Analisi del prodotto e differenziazione
- Qualità TOP
- Why > How > What

MARCHÉ

- Importanza di conoscere il proprio mercato di riferimento
- Diversificazione
- Legame col territorio
- Importante avere le domande buone, indagare

CLIENTS

- Fidelizzazione
- Segmentazione
- Acquisizione nuovi clienti VS lavoro con clienti già acquisiti
- Diversi livelli di importanza (A - B - C)
- Profilazione cliente



Marco Besi - testimonials from trainings (Servizio di ambulanze in Africa, Gelato italiano in Uzbekistan, Dopa Hostel Bologna, Nuovo brand prodotti da forno "Grani & Mani")- Ghirba biosteria - R nel bosco - Podere Francesco

- Percorso formativo = Training + Individual consultancy + (Follow up)
- Background lavorativo / professionale = più possibilità di successo
- Ostacoli principali = Business plan poco chiaro, poca conoscenza del mercato, paura di non farcela, uscita dalla zona di comfort
- Passione!
- Motivazione!

ENTREPRENEURS

- Marketing = strategia basata su dati misurabili + comunicazione
- Le visite alle imprese sono molto efficaci, più delle testimonianze
- Business Plan = mappa per orientarsi e non perdersi lungo il percorso di sviluppo
- Come sensibilizzare gli imprenditori a una dimensione europea?
- Molte similitudini tra il percorso formativo e i partecipanti di Dinan e Reggio Emilia

KEY IDEAS

The story of Paolo selling bananas - Entrepreneurship competence framework - EU publications

- Sono possibili molti approcci diversi per aggiungere una dimensione Europea ad una impresa
- Molte ricerche europee e analisi di settore e di mercato sono disponibili e gratuite
- Import - Export
- Network
- Languages
- Strumenti di supporto

EUROPE

