



ORDINE ARCHITETTI LUCCA

in collaborazione con

ROME BUSINESS SCHOOL

MANAGEMENT PER LO STUDIO DI ARCHITETTURA

(Come promuovere e organizzare in modo efficace la propria attività, per acquisire e soddisfare i clienti)

CORSO DI FORMAZIONE PROFESSIONALE

MODULO 1 – FONDAMENTI DI MARKETING E COMUNICAZIONE

Lezione n. 1 (Lezione presenziale di 4 ore pomeridiane ; docente dr. Antonio Ragusa)

I concetti di base

- Il processo di marketing
- Bisogni, desideri, domanda
- L'offerta di mercato: prodotti, servizi ed esperienze
- Il valore e la soddisfazione del cliente
- Lo scambio e la relazione con il cliente
- Il comportamento d'acquisto del cliente

La definizione di una strategia di marketing orientata al cliente

- La selezione dei clienti da servire: segmentazione e targeting
- La definizione della proposta di valore: posizionamento e differenziazione
- Gli orientamenti di marketing management

Lezione n. 2 (Lezione on line di 4 ore pomeridiane; docente dr. Antonio Ragusa)

Le leve del marketing mix

- Sviluppo e gestione dei prodotti , dei servizi e della marca
- Tecniche di pricing
- Sistemi di distribuzione
- Communication mix

La definizione di un piano e di un programma di marketing integrati

Lo sviluppo delle relazioni di clientela

- Il customer relationship management
- Il mutamento nelle relazioni di clientela
- La gestione delle relazioni con i partner di marketing

Come ottenere valore dai clienti

- La fidelizzazione e il mantenimento dei clienti
- Lo sviluppo della quota di clientela
- Lo sviluppo del valore della clientela

Lezione n. 3 (Lezione on line di 4 ore pomeridiane; docente dr. Marika Mannino / dr. Antonio Ragusa)

Comunicare efficacemente con i clienti

- Il processo di comunicazione
- Comunicazione verbale, paraverbale, non verbale
- Tecniche di comunicazione efficace
- Il mix di comunicazione: pubblicità, pubbliche relazioni, sales promotions, public relations, direct marketing.

MODULO 2 – PROMUOVERE LO STUDIO DI ARCHITETTURA ON LINE

Lezione n. 4 (Lezione presenziale di 4 ore pomeridiane; docente dr. Antonio Ragusa)

La realizzazione e gestione del proprio sito web e/o blog

- Piattaforme gratuite e a pagamento per la realizzazione della propria presenza online
- Selezione e acquisizione del dominio e dell'hosting provider
- La progettazione del proprio sito web
- La gestione dei contenuti

L'ottimizzazione del proprio sito per i motori di ricerca (Search Engine Optimization – SEO)

- Ottimizzazione on-page
 - scrittura dei testi
 - parole chiave
 - struttura di navigazione
 - URL, Title, H, ALT and Meta tags
- Ottimizzazione off-page
 - Press release marketing
 - Video marketing
 - link building

Lezione n. 5 (Lezione on line di 4 ore pomeridiane; docente dr. Marika Mannino)

I social media per la promozione della propria attività professionale

- Cosa sono i social media e i social network
- Tipologie e classificazioni
- L'effetto virale
- Perché i consumatori amano i social network e come si possono utilizzare
- I principali social network
- I rich media network
- I network di nicchia
- Social bookmarking
- Wiki, podcast e feed
- Recensioni e commenti
- Sviluppo di una strategia di social media marketing e di un piano di attuazione

Lezione n. 6 (Lezione presenziale di 4 ore pomeridiane; docente dr. Antonio Ragusa)

Pubblicità online per lo studio di architettura

- Google Adword
- Facebook Advertising
- LinkedIn Advertising
- Banner e pubblicità online su altri network

Tecniche di acquisizione e gestione di clienti online

- Generazione di contatti qualificati
- E-mailing

MODULO 3 – PROMUOVERE LO STUDIO DI ARCHITETTURA OFF LINE

Lezione n. 7 (Lezione on line di 4 ore pomeridiane; docente dr. Antonio Ragusa)

Strumenti e tecniche di comunicazione offline

- La pubblicità offline anche con budget limitati (stampa, radio, tv locali , affissioni)
- Publishing
- Eventi e incontri

Tecniche di negoziazione e vendita

- La preparazione del primo incontro
- La gestione del primo incontro
- La presentazione
- La negoziazione
- La chiusura
- Il follow up e la cura del cliente

Personal branding per l'architetto: come consolidare la propria immagine professionale

- L'analisi SWOT personale
- Strategia di posizionamento
- Implementazione del posizionamento
- Strumenti di branding personale

MODULO 4 – GESTIRE E ORGANIZZARE L'ATTIVITA' PROFESSIONALE

Lezione n. 8 (Lezione presenziale di 4 ore pomeridiane; docente dr. Paolo Guazzotti)

Project management per lo studio di architettura

- Il Progetto: Definizione di Progetto e differenza con le attività “funzionali”, le cause di fallimento e i fattori di successo di un progetto
- Le 4 fasi di un progetto: definire, pianificare, mettere in atto, concludere
- La definizione degli obiettivi, la pianificazione economica e quella operativa, la definizione dei rischi di progetto
- L'implementazione del progetto, il monitoraggio e la chiusura

Lezione n. 9 (Lezione presenziale di 4 ore pomeridiane; docente dr. Dino Torsello)

Il business plan per lo studio di architettura

- Struttura e contenuti del business plan per lo studio di architettura
- Come si struttura il piano organizzativo
- Come si struttura il piano di business
- Come impostare il budget di progetto