

## MARKETING E PSICOLOGIA DELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE GESTIONE DEL CLIENTE

Cod. MKPT/13/MI/01

### Durata e orari

24 ore (3 incontri) orario 9.00 alle 17.30

### Obiettivo

- Sviluppare le fondamentali conoscenze concernenti la psicologia del comportamento turistico analizzando le motivazioni individuali, di gruppo e sociali e acquisendo gli strumenti d'analisi dei bisogni e del livello di soddisfazione del turista utili per la gestione della propria attività;
- fornire le competenze comunicative di base per stabilire relazioni vincenti in quanto basate sulla soddisfazione di bisogni interpersonali differenti anche di tipo multiculturale e intergenerazionale;
- imparare a elaborare un piano di marketing a finalità turistica, mirato alla valorizzazione, organizzazione e promozione delle risorse di unicità e tipicità di un territorio, attraverso analisi e successive ipotesi di interventi e azioni in grado di incrementare l'appeal dei territori;
- approfondire tutti gli aspetti legati al marketing territoriale che si pone come "l'insieme degli strumenti per le promozioni del prodotto del territorio" attraverso una comunicazione capace di connettere tecnologia e storia locale, cultura produttiva e ambiente, infrastrutture e "spirito del luogo".

### Destinatari

Tutti coloro che svolgono attività commerciali

### Prerequisiti

Nessuno

### Metodologia e Strumenti

Gli incontri saranno strutturati tra teoria, esercitazioni e simulazioni.

### Materiale didattico

Slide del corso in formato elettronico

### Docente

Sara Martini

### Programma e contenuti

#### Elementi di psicologia del turismo

Percezione, motivazione, memoria, elaborazione delle informazioni e qualità dell'esperienza turistica  
Identità e dinamiche relazionali nel turismo individuale, di coppia, di gruppo e nel turismo organizzato  
L'intelligenza relazionale: entusiasmare, conquistare, motivare

#### L'approccio alle relazioni interpersonali

L'acquisto come risposta a una necessità psicologica: la scoperta dei bisogni interpersonali  
La costruzione della matrice degli stili di relazione  
Come gestire persone differenti in maniera differente

#### Il marketing territoriale

La rete di marketing per il turista  
La conoscenza della propria realtà territoriale, della propria zona e della concorrenza  
Analisi e segmentazione del mercato sulla base delle motivazioni d'acquisto

#### Il piano di marketing

Le fasi di una strategia di sviluppo di un prodotto territoriale: obiettivi e azioni  
Competenze comunicative: il sistema delle relazioni  
Cultura organizzativa: metodologie, procedure, risorse e strumenti

### Attestati

Attestazione di frequenza

### Sede

c/o EBRL- Milano , C.so Buenos Aires 77- II PIANO - MM 1 e 2 fermata LORETO

Area marketing e comunicazione