

GLI STRUMENTI DI MARKETING PER IL PROFESSIONISTA

LA STRATEGIA DELLO STUDIO PROFESSIONALE

OBIETTIVI

Uno studio professionale, indipendentemente dalle sue dimensioni, è a tutti **gli effetti un'impresa e come tale non può prescindere dalla definizione di una strategia per il proprio sviluppo**. Le tecniche e gli **strumenti del marketing possono aiutare a focalizzare l'attenzione sulle attività in grado di garantire un futuro prospero allo studio**. Ma il marketing è innanzitutto una filosofia, un modo di pensare e organizzare lo studio in una prospettiva nuova che mette al centro il cliente e fornisce un orientamento per tutti coloro che operano al suo interno.

CONTENUTI

- Analizzare l'ambiente esterno per monitorare la situazione esistente e prevedere i possibili sviluppi futuri
- Analizzare il portafoglio clienti e il portafoglio dei servizi per comprendere ciò che è stato fatto e ricavare informazioni importanti per definire le politiche di crescita
- Pianificare la strategia **valutando l'impatto che le decisioni prese solitamente comportano sulla realtà organizzativa**
- Definire gli obiettivi alla ricerca di un equilibrio nel rapporto efficacia/costi
- **Effettuare l'analisi SWOT** per individuare i punti di forza e di debolezza dello studio, nonché le opportunità e le minacce esterne che possono influire sul successo della strategia
- Definire il posizionamento dello studio **per trovare il proprio "spazio" nel mercato e differenziarsi dalla concorrenza**
- Identificare e implementare le strategie di crescita

DURATA E METODOLOGIA FORMATIVA

Seminario divulgativo della durata di 4 ore.