

Il Mobile Marketing

Il cellulare rappresenta il mezzo di comunicazione che ha registrato gli indici di crescita più consistenti sia in termini di utenze attive, sia dal punto di vista dei servizi utilizzati. La convergenza digitale tra i device e le reti di comunicazione configura la telefonia mobile come il settore potenzialmente di maggiore sviluppo in un'ottica di comunicazione multicanale. In questo quadro tecnologico le aziende sono chiamate a prestare un'attenzione sempre più crescente al cellulare come nuovo strumento di Marketing Communication e Advertising. Nuove strategie di comunicazione e di pubblicità stanno caratterizzando il mercato della telefonia mobile; resta in ogni caso da valutare il livello di efficacia e di successo di tali strategie innovative nel Marketing Mix delle aziende, unitamente alle opportunità e ai rischi sottesi. Il seminario presenta una panoramica sul mercato del Mobile Marketing, con riferimento alle strategie, alle tecniche e agli strumenti più utilizzati dalle aziende italiane e del mercato internazionale; fornisce le chiavi di lettura per valutare le opportunità, i rischi e gli ostacoli della comunicazione aziendale attraverso la telefonia mobile.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario della telefonia mobile:

le generazioni di telefonia cellulare: dall'analogico al digitale always on
l'evoluzione dei servizi di telefonia mobile
convergenza Cellulare-PC e Internet Mobile
i dati sul mercato della telefonia cellulare e dei servizi mobile utilizzati.

Il Mobile Marketing:

il cellulare come strumento di Marketing Communication
il Piano di Mobile Marketing: obiettivi, target e prodotti
le opportunità del Mobile Marketing per le aziende
i rischi del Mobile Marketing per le aziende.

Le strategie di Mobile Marketing:

Mobile Corporate Communication
Mobile Advertising
Mobile Promotion.

Gli strumenti di Mobile Marketing:

le strategie multicanali: Cellulare, Internet e TV Digitale
Display Advertising
SMS e MMS Advertising
Bluetooth Marketing
Advergaming on the Mobile Phone.

Il mercato del Mobile Marketing:

il livello di maturità delle imprese italiane
i dati sui settori di mercato più attivi nel Mobile Marketing
le prospettive evolutive.

Obiettivi

Presentare le evoluzioni del settore della telefonia mobile dal punto di vista delle aziende e della comunicazione di marketing e pubblicitaria, con riferimento ai punti di forza e ai punti di debolezza delle strategie di Mobile marketing.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quantità operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308

corsi@srgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@srgrr.com

Reiss Romoli 2024