

Marketing e comunicazione per i prodotti agroalimentare dell'ER

Rif. PA 2024-23386/RER approvata con Delibera di Giunta Regionale n. 119 del 03/02/2025 e e realizzata grazie ai Fondi europei della Regione Emilia Romagna, progetto 13 edizione 4.

Durata: **24 ore online**

Giornata	Docente	Contenuti
29/10/2025 Dalle 9:00 alle 13:00	Enrico Samorì	Modulo 1: Fondamenti di Marketing e Sostenibilità per l'Agroalimentare (4 ore) <ul style="list-style-type: none"> • Il contesto del mercato agroalimentare oggi: Trend, sfide e opportunità. • Introduzione al marketing agroalimentare: Differenze rispetto ad altri settori e l'importanza del racconto del prodotto. • La filiera agroalimentare: Dalla produzione al consumo, come individuare i punti di forza per la comunicazione. • Principi di sostenibilità: Agricoltura biologica, lotta allo spreco, imballaggi ecologici e l'importanza della "Green" reputation. • Eventuale Sessione pratica: Analisi di casi studio di successo (aziende virtuose).
31/10/2025 Dalle 9:00 alle 13:00	Enrico Samorì	Modulo 2: Strategie di Marketing Online e Strumenti Digitali (4 ore) <ul style="list-style-type: none"> • Pianificazione di una strategia di marketing digitale: Definizione degli obiettivi, del pubblico e del messaggio. • Gestione dei social media: Facebook, Instagram, TikTok e LinkedIn per l'agroalimentare. Creazione di contenuti efficaci (foto, video, storytelling). • E-commerce e vendita online: Sviluppo di un piano di vendita online (sito web aziendale, marketplace). • Email marketing: Come creare campagne efficaci per fidelizzare i clienti. • Eventuale Sessione pratica: Esercitazione sulla creazione di un piano editoriale social.
05/11/2025 Dalle 9:00 alle 13:00	Enrico Samorì	Modulo 3: Tracciabilità, Certificazioni e Storytelling Digitale (4 ore) <ul style="list-style-type: none"> • Tracciabilità e trasparenza: L'importanza di garantire la provenienza del prodotto. • Tecnologie per la tracciabilità: QR code, blockchain per l'agroalimentare. • Certificazioni e riconoscimenti: DOP, IGP, STG e altre certificazioni di qualità come strumento di marketing. • Lo storytelling del prodotto: Raccontare la storia dietro il prodotto e il territorio per creare valore percepito. • Eventuale Sessione pratica: Utilizzo di uno strumento per la creazione di QR code dinamici e applicazione a un prodotto.

<p>07/11/2025 Dalle 9:00 alle 13:00</p>	<p>Enrico Samorì</p>	<p>Modulo 4: L'Intelligenza Artificiale per il Marketing Agroalimentare (4 ore)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduzione all'IA: Come l'IA può supportare la promozione e la gestione nel settore agroalimentare. • Applicazioni dell'IA nel marketing: Analisi predittiva dei dati, personalizzazione delle offerte, automazione della comunicazione. • Strumenti di IA generativa: Utilizzo di Chatbots, strumenti per la creazione di testi (es. ChatGPT), immagini e video per la comunicazione. • L'IA e la sostenibilità: Ottimizzazione delle risorse, gestione degli scarti. • Eventuale Sessione pratica: Utilizzo di un tool di IA generativa per creare contenuti di marketing.
<p>12/11/2025 Dalle 9:00 alle 13:00</p>	<p>Enrico Samorì</p>	<p>Modulo 5: Web Marketing Avanzato per l'Agroalimentare (4 ore)</p> <ul style="list-style-type: none"> • SEO (Search Engine Optimization): Ottimizzazione del sito web per i motori di ricerca. Parola chiave, struttura del sito e contenuti. • SEM (Search Engine Marketing): Gestione di campagne pubblicitarie a pagamento su Google e altri motori di ricerca (Google Ads). • Performance marketing: Monitoraggio delle conversioni e analisi del ROI (Return on Investment). • Google Analytics e Data Analysis: Come interpretare i dati del traffico web per prendere decisioni strategiche. • Pianificazione di campagne pubblicitarie sui social media: Facebook Ads e Instagram Ads per il settore agroalimentare. • Eventuale Sessione pratica: Analisi di un'ipotetica campagna Google Ads e creazione di una campagna social.
<p>24/11/2025 Dalle 9:00 alle 13:00</p>	<p>Enrico Samorì</p>	<p>Modulo 6: Marketing Offline, Reti e Strategie di Vendita (4 ore)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategie di marketing offline: Packaging, eventi, fiere e collaborazione con il territorio. • Il ruolo della rete: Reti d'impresa, consorzi e collaborazione con altri attori della filiera. • Marketing relazionale: Come costruire e mantenere relazioni con clienti e partner. • Pitch e presentazione del prodotto: Tecniche per presentare il prodotto in modo efficace a potenziali acquirenti. • Conclusioni: Panoramica delle competenze acquisite e del piano di sviluppo personale. • Eventuale Sessione pratica: Simulazione di un pitch di presentazione di un prodotto.

LA FORMAZIONE È GRATUITA

SEDE: La formazione sarà svolta online tramite piattaforma zoom

Si richiede la compilazione della scheda di iscrizione che trovate qui di seguito **entro il 01/10/2025** e di rinviarla a falconel@irecoop.it