

Marketing e comunicazione negli studi professionali: introduzione alle strategie e principi

- Da dove partire: i clienti e la piramide dei bisogni
- Cosa può insegnare il marketing a un professionista
- Come la comunicazione può valorizzare una professione
- Si può parlare di brand per un professionista?
- Pubblicità e deontologie
- Il sito web e il blog: testi, immagine, filosofia, errori, tecniche
- Case history
- Quali social media per i professionisti
- Posizionarsi sui motori di ricerca
- Differenziazione e reputazione