



Unione europea
Fondo sociale europeo



AXL



REGIONE DEL VENETO

MARKETING DIGITALE

Il corso si propone di migliorare le competenze di comunicazione digitale, oltre che le capacità di creare, gestire, integrare e comunicare informazioni.

Il corso si rivolge a tutti coloro che desiderano aggiornare tecniche e metodologie per quel che concerne il marketing digitale.

PROGRAMMA

WEB MARKETING

- Introduzione al web marketing.
- Outbound marketing vs Inbound marketing.
- Cenni di SEM, SEO, SMO e SEA.
- La multicanalità.
- Da consumer a prosumer.
- Il Web 2.0.
- Il passa parola.
- Panoramica sui principali social network: Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, LinkedIn. Social media e le aziende.
- La brand reputation. Il blog.

FACEBOOK

- Utilizzo ed impostazioni del profilo personale.
- Gestione della privacy.
- I gruppi.
- La pagina Facebook aziendale: caratteristiche, opportunità, costruzione di una pagina di prova.
- Facebook ads: la pubblicità su Facebook e su Instagram.

PERSONAL BRANDING

- Reputazione online e social Media.
- Profilo LinkedIn: creazione, ottimizzazione, utilizzo.

Esercitazione pratica: attivazione account linkedin, ottimizzazione del profilo esistente, ricerca di offerte di lavoro, partecipazione ai gruppi, condivisione di contenuti, creazione e gestione della pagina aziendale.

I MOTORI DI RICERCA

- Indicizzazione e posizionamento.
- Come funziona un motore di ricerca.
- Terminologia: posizionamento organico e a pagamento, SERP, snippet, query, keyword.
- I fattori che influenzano indicizzazione e posizionamento.
- La scelta delle parole chiave: metodologie e strumenti.
- Principi di ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO).
- I testi.
- L'Html

GOOGLE ANALYTICS

- Che cosa è la web Analytics.

- Le analisi principali: dalle sessioni al tempo di permanenza, dai bounce alle sorgenti, dalla loyalty ai visitatori unici.
- Obiettivi. Eventi. Download file. Problematiche note.

SITO WEB

- Costruire un sito web con il CMS Wordpress: installazione, struttura del sito, menu, articoli e categorie, realizzazione di pagine e post, inserimento dei contenuti.
- Ottimizzazione di contenuti e immagini. Usabilità, User Experience e Accessibilità.
- Don't make me think.
- Le sezioni di un sito.
- Landing page.
- Prodotti.
- Contatti.
- Ricerca e indice.
- Home page.
- Cos'è il linguaggio HTML.

POSIZIONAMENTO SPONSORIZZATO

- Google Adwords.
- Annunci a pagamento.
- Caratteristiche e canali della pubblicità online: Il pay per click.
- Il punteggio di qualità.
- Strutturare account, campagne e gruppi di annunci.
- Come si scrivono gli annunci.
- Ranking e quality score.
- Come effettuare il monitoraggio e l'ottimizzazione delle campagne.
- Remarketing.

SEO

- Cos'è la SEO.
- Concetti base.
- Sitemap XML.
- Search Console.
- Ottimizzazione On page: meta tag, SEO tool.

E-COMMERCE

- Introduzione all'e-commerce
- Le piattaforme
- E-commerce e professioni
- E-commerce che funzionano
- Realizzazione di un "piccolo" e-commerce

STORYTELLING

- Il significato di Storytelling
- Storytelling: vezzo da letterati o strumento di business?
- La scrittura come l'artigianato: gli arnesi del mestiere
- Casi di storytelling