

DIGITAL MARKETING

21 E 28 GIUGNO - 5 LUGLIO 2021

ore 9.00-13.00 / 14.00 - 18.00

MODULO 1

INTRODUZIONE ALLA DIGITAL STRATEGY

MARKETING IN UN ECOSISTEMA DIGITALE E LA DIGITAL STRATEGY: DA DOVE PARTIRE

WEB MARKETING

Prodotto, prezzo, distribuzione e promozione nel linguaggio di internet; la composizione di una strategia di web-marketing coordinata e le interazioni tra gli strumenti di web marketing.

WEB (DIGITAL) REPUTATION

Analisi della posizione web della propria attività, del proprio servizio o del proprio prodotto. Individuazione delle strategie migliorative.

Esempi pratici di analisi della posizione web e social della propria attività con particolare attenzione alla piattaforma GOOGLE MYBUSINESS.

IL SITO INTERNET

I fattori che ne determinano visibilità e successo.

COMPARIRE SU GOOGLE

Strategie SEO (Search Engine Optimization) per essere facilmente rintracciabili sui motori di ricerca. Ottimizzazione del sito ed utilizzo del tool Google Search Console.

MODULO 2

GLI STRUMENTI DEL DIGITAL MARKETING

KEYWORD FISHING E ANALISI DELLE OPPORTUNITÀ

La ricerca delle parole chiave come opportunità di studio del mercato e della concorrenza. Utilizzo degli strumenti Google Trends e Google AdWords per la pianificazione delle parole chiave.

ANALISI DEI DATI SITO WEB

Utilizzo del tool Google Analytics come mezzo di analisi dei dati e di pianificazione delle strategie.

CAMPAGNE PAY PER CLICK GOOGLE ADS

Google Adwords per una promozione immediata, e cace, conveniente e garantita. Pianificare e mettere in opera una campagna promozionale e cace sulla rete di ricerca, sulla rete display e sulla rete shopping.

SOCIAL MEDIA MARKETING

Concetti generali di Social Media Marketing comprendendo come e quali piattaforme utilizzare per la propria attività con un occhio ai social media emergenti.

Corsi del

DIGITAL INNOVATION HUB



DIGITAL MARKETING

21 E 28 GIUGNO - 5 LUGLIO 2021

ore 9.00-13.00 / 14.00 - 18.00

MODULO 3 DAL WEB MARKETING AL DIGITAL MARKETING

FACEBOOK MARKETING

L'utilizzo aziendale di una pagina Facebook per la diffusione del brand e per la generazione di contatti, analisi dei dati tramite pannello Facebook Insights;

CAMPAGNE PAY PER CLICK FACEBOOK ADS

Utilizzare le opportunità a pagamento della piattaforma Facebook (e Instagram) con il metodo della definizione del target e dell'ottimizzazione degli investimenti.

CANVA

Un software cloud gratuito per la creazione dei nostri contenuti grafici e multimediali.

INSTAGRAM MARKETING

Concetti base per utilizzare al meglio la piattaforma social più "calda" del momento per creare una strategia aziendale raccontando il proprio brand con immagini.

LINKEDIN MARKETING

Basi per iniziare a utilizzare la piattaforma principe nel B2B non solo come mezzo di recruiting ma come piattaforma per farsi conoscere dalle altre aziende e generare contatti e clienti. I fattori che ne determinano visibilità e successo.

