



WEB E SOCIAL MEDIA MARKETING | 16 ORE

OBIETTIVI

Il corso di Web e Social Media Marketing è strutturato per fornire ai discenti gli elementi che serviranno ad affrontare il mondo del digital marketing, le relative strategie di business e le diverse opportunità legate al contesto aziendale di riferimento.

In particolare, il corso esporrà le strategie di Social Media Marketing, di Online Advertising e di Social Monitoring.

METODOLOGIA DIDATTICA

Durante il corso, i partecipanti avranno la possibilità di apprendere metodi e sistemi per una gestione funzionale con la realtà di riferimento. Verranno proposte numerose esercitazioni e simulazioni che hanno come obiettivo quello di applicare da subito le nozioni acquisite. Valore aggiunto è la fase di verifica: dopo ogni momento di teoria e pratica, dopo ogni esercizio, il docente verificherà la reale comprensione, eliminando gli errori e rendendo più semplice l'acquisizione dei concetti spiegati e osservati negli esercizi.

CONTENUTI

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

- Che cosa vuol dire fare oggi comunicazione pubblicitaria
- Obiettivi della comunicazione
- Sviluppo del progetto di comunicazione
- La comunicazione efficace
- Analisi del target
- Analisi dei competitor

SEO e SEM

- L'ottimizzazione del sito
- I principali Tag della pagina per il posizionamento
- L'importanza del nome a dominio
- PPC e CPA
- La figura del S.E.O.

SEO: Search Engine Optimization

- I motori di ricerca
- Come funzionano i motori di ricerca
- Come gli utenti interrogano i motori
- Google
- Tecniche di posizionamento nei motori di ricerca: SEO e SEM
- Il link building
- Monitoraggio

SEM

- Differenze tra S.E.O. e S.E.M.
- Inbound Marketing
- Google Ads e le sue funzionalità sia di Keyword advertising che di Display Advertising (banner).

CONTENT MANAGEMENT

- Qualità e quantità del testo: SEO Copywriting
- Come ottimizzare il Title della pagina
- Come ottimizzare la Description della pagina
- Valutazione dei metatag

SOCIAL MEDIA MARKETING

- I social network
- Psicologia dei social media
- Panoramica generale sui principali social media in uso:
- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- Youtube
- Altri social media

SOCIAL MEDIA ADVERTISING

- L'utilità dei social media nella web promotion: fare marketing sui social media
- La gestione dei profili sociali
- Meta Advertising: Facebook e Instagram
- LinkedIn Marketing

EMAIL MARKETING

- Panoramica sull'email marketing
- Principali strumenti per fare email marketing

WEB ANALYTICS (Google Analytics)

- Che cosa è la web analytics?
- Le definizioni da conoscere: frequenza di rimbalzo, metriche, dimensioni...
- Come funziona il codice di monitoraggio
- L'Account i profili e gli utenti
- Le metriche di base
- Le principali sezioni del report di Google Analytics
- Analisi del pubblico
- I visitatori unici
- Le informazioni geografiche e lingua
- Studiare il comportamento dei visitatori all'interno del sito
- Analytics in Real Time
- Traffico diretto, referral e il traffico di ricerca
- Campagne