



Camera di Commercio
Genova



Social media marketing

II Edizione – Settembre 2017

Programma di dettaglio

Mondo Social e la comunicazione che cambia

- Introduzione al nuovo modo di comunicare con i Social
- Basi della comunicazione efficace

Web2.0 e social in ambito lavorativo

- Categorie Strumenti social e web2.0
- Conoscere gli strumenti per sapere quale scegliere

Il web marketing & strategie digitali

- Introduzione al corso & presentazione del programma
- tipologie di siti web: eCommerce, corporate, landing, squeeze page, webzine, blog, portali, social.
- Analisi di siti web di riferimento dal punto di vista della strategia digitale: cosa vogliono comunicare?
- Studio del mercato
- Pianificazione di un progetto di web marketing
- Realizzazione/Restyling di un sito internet o di un blog personale (piattaforme gratuite blogging)
- Promozione del sito
- Monitoraggio dei risultati

Web & Emozioni

- Studiamo le emozioni degli utenti e usiamole per vendere il nostro servizio o prodotto: il Neuro Web Marketing applicato all'eCommerce
- analisi di siti web eCommerce e campagne DEM dal punto di vista del neuro marketing
- costruiamo insieme una home page ipotetica seguendo le linee guida di quanto appena appreso
- proiezione di video dal web marketing festival

Ottimizzazione sui motori di ricerca (SEO) 1: Introduzione e ottimizzazione delle pagine del sito

- Cos'è il SEO

- Concetti chiave
- I motori di ricerca, una panoramica
- Come "ragiona" un motore di ricerca
- I principali fattori di ranking del sito a livello tecnico
- Come scegliere le keyword giuste
- La teoria della "long tail" applicata al SEO
- Breve introduzione al linguaggio HTML
- L'importanza della velocità del sito
- I Meta-Tag

Ottimizzazione sui motori di ricerca (SEO) 2: Scrivere contenuti SEO Friendly

- Fattori di ranking a livello di contenuti
- Content is King
- Come ottimizzare i contenuti (SEO+Copywriting)
- Blogging e Web Copywriting per il SEO
- Esempi pratici: come scrivere il post perfetto
- L'importanza dei backlink
- Il PageRank
- Come costruire la link popularity

Banner e ADV

- marketing con landing page dedicate alla promozione di servizi specifici, le CTA più efficaci
- squeeze page, analisi ed esempi
- campagne banner ADV con Google AdWords e Google AdSense
- come realizzare un banner e strumenti online
 - Competenze acquisite e nuove visioni di business con i Social

Facebook 1: Introduzione

Social Network e Facebook: qual è la situazione in Italia? numeri aggiornati - proiezione del video interventi di Facebook Italia all'eCommerce Day di Milano 2016

- Le differenze tra l'utilizzo di Facebook per le persone e per le aziende, analisi degli strumenti dedicati ai professionisti e delle app mobile sviluppate per gestire pagine business
- Il pannello Facebook e la differenza tra gruppi persone e pagine
- Le metriche di Facebook: Mi piace, Commenti, Condivisioni- L'algoritmo di Facebook
- proiezione di video dalla scorsa edizione del Web Marketing Festival

Facebook 2: Gestione dei contenuti e piano editoriale

- il social network fatto di persone: studio delle emozioni, dei comportamenti degli utenti e la targhetizzazione
- I contenuti più adatti a Facebook, analisi di casi di successo e situazioni di criticità
- Come gestire una pagina Facebook
- Best Practice per la pubblicazione dei post ed errori da evitare
- Come sfruttare il funzionamento dell'algoritmo di Facebook e la targhetizzazione a nostro vantaggio

Facebook 3: Facebook Adv e Instagram Adv

- Promozioni online su Facebook: cosa si può fare e cosa è vietato
- Come creare e gestire una campagna pubblicitaria su Facebook
- Inserzioni, Post Promossi e Notizie Sponsorizzate
- Come segmentare il target
- Come gestire il budget
- Analisi e monitoraggio: Facebook Insights
- Creiamo insieme un'inserzione di prova- Analisi dei risultati di campagne in precedenza realizzate
- Proiezione di video dalla scorsa edizione del Web Marketing Festival

Social Network & App diffuse

- LinkedIn: personal branding nel campo del marketing e della comunicazione
- Instagram: il social «live&share»
- Twitter: Day by Day e Digital PR
- Pinterest, Snapchat,

Email Marketing

- Campagne DEM: analizziamo le campagne di grandi Brand
- Analisi degli strumenti (Mail Chimp)
- Realizziamo insieme una campagna di prova : scrittura di testi persuasivi, CTA ottimizzate per la mail
- L'importanza della statistica: analisi dei dati ci fornisce informazioni importanti su come migliorare la nostra newsletter

Mettiamo in pratica una strategia completa Web & Social per un cliente ipotetico

- Cosa cambiare, inventare, aggiungere, nella nostra comunicazione Social
- Considerazioni finali e programmazione per il proprio business

Metodologie didattiche

E' previsto ampio impiego di metodologie didattiche attive, come esercitazioni e casi aziendali da svolgersi in gruppo, tese ad ottimizzare l'apprendimento e a consentire una concreta sperimentazione dei concetti esposti in aula



CALENDARIO
formazione

Il Corso della durata complessiva di 42 ore è articolato in 7 incontri, con il seguente calendario:

martedì 26 e giovedì 28 settembre, orario 8.30-13.30

martedì 3 e giovedì 5 ottobre, orario 8.30-13.30

martedì 10 e giovedì 12 ottobre, orario 8.30-13.30

martedì 17 e giovedì 19 ottobre, orario 8.30-13.30

Incontro finale martedì 24 ottobre, orario 9.00-11.00

Gli incontri si svolgeranno presso il Centro ligure per la Produttività in Via Boccardo 1 piano ammezzato, Genova (Palazzo della Borsa)

Costi:

Il costo del Corso è di **200€ + iva**, compreso il materiale didattico, per i primi 25 iscritti. Alla fine del percorso verrà rilasciato un Attestato di partecipazione

Docente: Nicoletta Biticchi...

Contatti per informazioni e iscrizioni

Sara Padovano: telefono 010/55087226, email sara.padovano@ge.camcom.it



Camera di Commercio
Genova



DOMANDA DI ISCRIZIONE AL CORSO

Social media marketing – Settembre 2017

IL SOTTOSCRITTO _____

NATO A _____

RESIDENTE _____

TELEFONO _____

EMAIL _____

Saldo tramite:

- a mezzo bonifico bancario
- in contanti presso gli uffici del Clp (Sig.ra Maria Cadile)

LE PRIME 25 ISCRIZIONI POTRANNO USUFRUIRE DELLA TARIFFA AGEVOLATA DI 200€ + IVA

Dati per la fatturazione:

Fattura intestata a _____

CODICE FISCALE _____

PARTITA IVA _____

Indirizzo _____