

Content Marketing Strategy per il Business

novità!

Le aziende usano da sempre le storie per attirare, convincere ed essere ricordate. L'esplosione di Internet, dei Social Media e dei Blog ha però amplificato enormemente la portata di tale fenomeno.

Il marketing dei contenuti ci spinge a cambiare profondamente l'approccio con cui pensiamo al marketing che deve oggi attirare, educare, intrattenere prima di poter vendere o anche solo parlare di "prodotto".

Il corso ha l'obiettivo di trasferire un modello strutturato di Content Marketing che, partendo dal patrimonio di "contenuti" già fisiologicamente presenti in azienda, sviluppi una relazione autorevole, credibile e divertente con il proprio target.

Destinatari

Il corso è rivolto a Imprenditori, Marketing Manager, CEO, Professionisti della comunicazione, PMI, Marketers, Startupper e tutti coloro i quali hanno necessità e interesse ad usare i contenuti come leva di business, per accrescere la visibilità, credibilità e autorevolezza della propria azienda sul web.

Metodologia Didattica

Lezioni frontali, analisi di case studies, esercitazioni su tools, softwares e strumenti utili, insights di settore. Al termine del corso potranno essere previste delle Sessioni individuali di coaching.

Durata: 2 giorni

Obiettivi

- Sensibilizzare i partecipanti al cambio di paradigma da comunicazione "push" a "pull"
- Condividere il processo di raccolta e rivisitazione o creazione di nuovi contenuti per Internet
- Trasferire strumenti e competenze per organizzare il calendario editoriale
- Posizionare e ottimizzare la visibilità dei contenuti su Internet
- Condividere esempi di "Conversazione" con il mercato attraverso il Content Marketing

Obiettivi

- Chi è il nuovo consumatore e come si muove in rete
- Come progettare una strategia di content marketing:
- Identificare il pubblico: le cosiddette buyer personas
- Scelta delle tematiche e degli argomenti
- Come ottimizzare i contenuti per il web

- Le differenti tipologie di contenuto:
 - Testo
 - Immagini
 - Video
 - Infografiche
- Gli strumenti: blog e piattaforme specialistiche (Youtube, Instagram, etc.)
- Content Creation vs Content Curation
- Messa a punto di un piano editoriale
- L'importanza dell'immagine e del video nel content marketing
- Definizione dei KPI's, misurazione dei risultati ed eventuale fine tuning.

