

## Digital Marketing Strategico per il Business

*novità!*

Nel 2016 quasi l'89% della popolazione italiana fra 11 e 74 anni ha dichiarato di accedere ad Internet. Il mondo digitale, sia il World Wide Web sia l'intero ventaglio di app che usiamo dal nostro smartphone o tablet, rappresentano non più soltanto un'opportunità, ma un "must" per tutte le aziende che vogliono mantenere e sviluppare la propria visibilità e posizionamento sul mercato.

Ma a fronte di un numero sempre maggiore di persone presenti su Internet, la presenza delle aziende non raggiunge ancora percentuali così significative. E, soprattutto, in un terreno sconfinato come è la rete, non si tratta semplicemente di "esserci", bensì di essere visibili, accessibili e rilevanti per il nostro pubblico di riferimento.

Il corso ha l'obiettivo di fornire una visione d'insieme dei processi e degli strumenti di Digital Marketing oggi disponibili, guidando i partecipanti verso le scelte di investimento e di presidio più coerenti con gli obiettivi e le risorse a disposizione.

### Destinatari

Il corso è rivolto a Imprenditori, Marketing Manager, CEO, Professionisti della comunicazione, Marketer e tutti coloro i quali hanno interesse ad acquisire le competenze necessarie per prendere decisioni strategiche, gestire, promuovere il proprio business su internet, sui social media e sulle differenti piattaforme digitali.

### 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

- Trasmettere le fasi di definizione di una strategia digitale a partire da una razionalizzazione e focalizzazione degli obiettivi che l'azienda si aspetta dalla propria presenza su Internet;
- Presentare caratteristiche, benefici e "alert" a proposito dei principali strumenti di Digital Marketing disponibili, in funzione degli obiettivi che si vogliono raggiungere;
- Fornire un modello di pianificazione degli investimenti in Digital Marketing che ottimizzi e razionalizzi le scelte e le attività in funzione di obiettivi e risorse a disposizione.

### Programma

- Chi è il nuovo consumatore e come si muove in rete.
- Come progettare una strategia digitale.
- L'ecosistema digitale
- Il sito web: caratteristiche di un sito di successo
- Il funzionamento dei motori di ricerca, le attività di SEO e SEM per favorire l'indicizzazione
- Principi di e-mail marketing
- Quali sono i principali social media e come si usano:
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - LinkedIn
  - Youtube
- Social media marketing: le differenze tra i diversi social e le strategie da utilizzare su ciascuno di essi per massimizzare i risultati.
- L'importanza del contenuto (content marketing)
- Le digital PR: come si crea e si gestisce un piano di relazioni pubbliche online.
- Definizione e misurazione dei KPI's.