*** ***

**Social media marketing**

**II Edizione**

**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 piu 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 targhettizzazione

- 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 targhettizzazione a nostro vantaggio

**Facebook 3: Facebook Adv e Instagran 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



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](mailto:sara.padovano@ge.camcom.it)