

CORSO WEB MARKETING

CORSO ON LINE - AULA VIRTUALE

20 ore Aula virtuale

INIZIO: 15 marzo 2021

COSTO: 200,00 EURO

REQUISITI DI ACCESSO: Accesso libero

CERTIFICAZIONI: Attestato di partecipazione

MATERIALE DIDATTICO: Compreso nel costo del corso

Introduzione

Il mondo del web si muove molto velocemente ed in questo momento è nella sua fase più ricca di opportunità per chi si vuole fare largo nel campo del **web marketing** e **social media**.

L'evoluzione della comunicazione impone una formazione nei social media specifica che assicuri la padronanza di nuovi metodi e la conoscenza approfondita di tutte le loro potenzialità.

Il progressivo passaggio verso il digitale, l'integrazione sempre più forte tra Motore di Ricerca e Social Media, rivoluziona la comunicazione via Internet, sviluppando un elevato livello di interazione che trova oggi nei Social Network la sua massima espressione.

Obiettivi formativi

Il corso mira a fornire gli strumenti per progettare, gestire e monitorare campagne di comunicazione web sui principali motori di Ricerca e Social Media, utilizzando le piattaforme più innovative del web marketing che consentono di raggiungere e targettizzare diversi pubblici ottenendo il massimo dalla propria spesa pubblicitaria raggiungendo solo le persone interessate ai propri prodotti.

Modalità

Il corso si svolge esclusivamente su piattaforma online per una durata di 20 ore totali; prevede 10 lezioni da 2 ore ciascuna.

PROGRAMMA DETTAGLIATO | WEB MARKETING

INTRODUZIONE AL WEB MARKETING

- Fondamenti di internet MarketinG

INFOMEDIA S.N.C. - VIA EMILIA ETS, 74 - SAN NICOLO' DI ROTTOFRENO (PC) TEL. 0523.762048 FAX. 0523.763683

formazione@infomediaweb.it www.formalavoro.org

In collaborazione con Istituto Cappellari S.R.L. - Centro di formazione professionale dal 1909

44121 Ferrara - Via Savonarola, 14a/16

- Dal marketing 1.0 al marketing 2.0
- Un nuovo concetto il viral marketing
- Le fasi del web marketing: una panoramica
- Il piano marketing in rete
- Le attività di web marketing
- Introduzione al Web Marketing Analitico

GOOGLE ANALYTICS

- Creazione di un account
- Impostazioni proprietà e codice monitoraggio
- Principali funzionalità
- Conversioni

ALTRI STRUMENTI DI ANALISI

- Facebook Insights
- Cenni ai vari analytics dei social media

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION & SEARCH ENGINE MARKETING

- Cos'è il SEO
- Concetti chiave
- I motori di ricerca, una panoramica
- Come "ragiona" un motore di ricerca
- I principali fattori di una buona indicizzazione
- Pianificare una campagna SEO
- Come scegliere le parole chiave giuste
- Come strutturare il sito
- L'importanza dei contenuti
- Una breve vista tecnica: SEO in page
- Breve introduzione al linguaggio HTML
- I Meta-Tag
- La sitemap
- Il rel=canonical
- Ottimizzare le immagini
- Le linee guida di Google)
- I contenuti

IL SEO OFF-PAGE

- Fattori di ranking
- I backlink e la loro importanza
- Il PageRank e confronto con i concorrenti

- Come costruire la link popularity
- Penalizzazione di Google
- Il SEO localizzato: Google my business
- I Social Media ed il SEO
- Google Webmaster Tool

DIRECT EMAIL MARKETING

- Utilizzo e problematiche tecniche
- Strumenti per la mailing ed utilizzo
- Analisi dei risultati del mailing
- Best practices ed evoluzione del DEM

INTRODUZIONE AL SOCIAL MEDIA MARKETING

- Definizione di Social Media
- I concetti chiave: interazione, awareness, reputation, engagement, call to action, etc.
- Pianificare una strategia social : quali social scegliere, creare un piano redazionale, quando investire su un nuovo social
- Che attività dobbiamo svolgere ? Pubbliche relazioni, gestione comunità, advertising
- Applicazioni delle fasi del web marketing
- Alcuni strumenti per gestire al meglio i social media
- Un breve introduzione al Blogging
- Panoramica dei principali Social Network:
- Google+
- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Youtube
- Pinterest

ALCUNI SOCIAL MEDIA NEL DETTAGLIO

FACEBOOK

- Account personale, pagine e gruppi
- L'algoritmo di Facebook
- Mi piace, Commenti, Condivisioni
- Come gestire una pagina Facebook
- Come creare e gestire una campagna pubblicitaria su Facebook
- La profilazione dell'obiettivo
- Come gestire il budget e valutare il ROI
- Analisi incrociate tra Google Analytics e Facebook Insights

- Analisi e monitoraggio: Facebook Insights

LINKEDIN

- Cos'è e come funziona
- Come creare il proprio profilo ed ottimizzarlo
- Come creare pagine aziendali
- LinkedIn: i gruppi e la comunità
- Campagne pubblicitarie su linkedin e strumenti di valutazione
- Potenzialità e modalità di utilizzo
- Best Practices e Netiquette

GOOGLE +

- Cos'è e come funziona
- Le cerchie
- Come promuovere la propria azienda con Google +
- Integrazione con altri strumenti google: Google Drive, Youtube,...

PROGETTARE UNA CAMPAGNA ONLINE: ESERCIZIO PRATICO