

TECNICHE E STRUMENTI DI DIGITAL MARKETING PER PROMUOVERE LA PROPRIA AZIENDA

DURATA CORSO: 20 ore

AMBITO: G - Competenze digitali

CODICE COMPETENZA: G.3 Creazione di contenuti digitali

DESCRIZIONE DEL CORSO

Il mercato globale richiede alle aziende di adottare strategie comunicative e promozionali sempre più multicanale, facendo delle tecnologie digitali e del canale web l'avanguardia della relazione con il cliente.

Uno degli strumenti che consentono di sfruttare le nuove tecnologie a fini della crescita aziendale è il web marketing, mediante il quale le aziende possono gestire il loro posizionamento competitivo e supportare la profittabilità del loro business, applicando metodi legati al web per l'advertising del proprio brand e dei prodotti.

Un altro strumento molto importante è rappresentato dai social media, che danno la possibilità all'azienda di supportare il brand engagement, ovvero il coinvolgimento emotivo del potenziale cliente verso il proprio brand.

Questo corso aiuta a padroneggiare le tecniche di web e social media marketing per dare all'azienda maggiore visibilità online, incrementare le vendite, favorire la redemption delle campagne, acquisire informazioni di dettaglio sui prospect e raggiungere un ROI più elevato.

PROGRAMMA

Il percorso si suddivide in 6 macro-moduli da 4 ore, all'interno dei quali verranno trattati i seguenti argomenti:

- Fondamenti del web marketing;
- Fasi di una strategia web: analisi, definizione della strategia web fino alla misurazione delle performance;
- Strumenti del web marketing. SEO, SEM, E-mail marketing, Social Media Marketing, Ufficio Stampa e PR online;
- Caratteristiche di un sito aziendale;
- Come progettare un piano di comunicazione online.

Al termine di ciascun modulo verranno proposte esercitazioni sugli argomenti trattati e l'analisi di specifiche case history.

DESTINATARI

Il corso si rivolge principalmente a Responsabili Marketing, Product Manager, Brand Manager, Addetti dell'Ufficio stampa, Professionisti operanti nel settore Marketing, Comunicazione ed eCommerce.

Ai fini didattici ogni edizione del percorso prevederà un numero massimo di 10 partecipanti in aula per garantire il giusto approfondimento delle tematiche e l'interazione one to one, nonché l'analisi di case-study tratti da situazioni reali dei singoli contesti.

MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'AZIONE FORMATIVA

La formazione verrà erogata in modalità "aula corsi interna" con esercitazioni, studi di casi e simulazioni.

In linea con quanto previsto dall'Avviso il percorso potrà essere erogato in tutto o in parte attraverso lo strumento ADA – Apprendimento a Distanza Attivo (con sistema che effettua tracciamento delle attività svolte e consente la stampa dei relativi rapporti).

Il docente fornirà a supporto delle lezioni le slides e il materiale didattico. Qualora il corso venisse realizzata da remoto, il docente utilizzerà una serie di strumenti interattivi (forum, chat, ecc.) che permettano agli iscritti di condividere informazioni, conoscenze, domande ecc. con l'obiettivo di aumentare le conoscenze applicabili direttamente e concretamente sul mondo del lavoro.

COMPETENZE IN INGRESSO

Per il seguente percorso non sono richieste particolari competenze in ingresso o conoscenze pregresse.

COMPETENZE IN USCITA

Al termine del corso ai partecipanti verrà somministrato un test di valutazione.