



## ***MKT.01reg Web e azienda: potenziare la presenza online e la capacità competitiva delle PMI***

### **FINALITÀ**

Molte PMI sono consapevoli dell'importanza di Internet ma non hanno al loro interno persone con le competenze necessarie per dialogare con le agenzie o i fornitori di servizi di web marketing. Per questo, spesso non sono in grado né di valutarne le capacità né di impostare con esse una collaborazione proficua e fruttuosa. Non avendo i criteri per scegliere il fornitore migliore, a volte affidano questa parte fondamentale della loro comunicazione in base a criteri scorretti (passaparola, prezzo, l'amico dell'amico). Questo corso non si ripropone di formare specialisti di programmazione, realizzazione di siti web o di campagne di web e social marketing, ma di portare all'interno della PMI un livello di competenze sufficiente ma necessario per sfruttare al meglio la collaborazione con i professionisti del web. Inoltre, si propone di mettere in grado le imprese di poter svolgere direttamente quelle attività che possono e devono essere realizzate internamente all'azienda (definizione delle strategie, dei contenuti, consultazione e utilizzo basic dei principali software e metodi, ecc.). Molto più di quel che si creda, una delle sfide oggi è rendere consapevoli gli imprenditori (di aziende grandi, piccole e micro) di quali siano le effettive potenzialità dell'online. Ci sono però anche dei rischi concreti di inconsistenza degli investimenti lato web non integrati in una strategia di marketing aziendale pianificata.

### **DESTINATARI**

Addetti alla comunicazione, al marketing e all'ufficio commerciale e vendite.

### **Mansioni/Professioni**

Tutti coloro che in azienda si occupano di web, di marketing e di comunicazione.

### **PROGRAMMA**

#### **1. Il web e le aziende**

- Il sito web come strumento di visibilità e di vendita
- Come deve essere il sito
- Come non deve essere il sito
- Come scegliere l'agenzia o il webmaster

#### **2. Primi su Google ovvero le keywords dei miracoli. Un po' di chiarezza prima di investire in web marketing: concetti base per non confondere strumenti e strategia**

- Motori di ricerca
- SEO + SEA = SEM – Social Ads
- Domanda (consapevole e latente) – Concorrenza - Customer Journey – Customer Care
- Strategia e strumenti : Analisi, obiettivi, controllo.

#### **3. Web Analytics - Google Analytics Base – come leggere e usare le statistiche di visita del sito**

- Funzionamento e installazione
- Strumenti
- Metriche
- Obiettivi





#### **4. Search Engine Optimization - Organizzare un sito in ottica SEO**

- Keyword research
- Search intent
- Organizzare i contenuti e gli articoli
- Ottimizzare le immagini

#### **5. Social media e ADS**

- Advertising FB e Instagram
- LinkedIn per le aziende

#### **6. Lead Generation e CRM**

- Obiettivi web marketing
- Funnel di conversione
- Sem, Social

#### **7. Email marketing**

- Come tenere i contatti con i clienti tramite newsletter
- Piano editoriale della newsletter
- Il customer database

#### **8. CRM: la relazione con i clienti e il software**

- CRM: rischio o opportunità?
- Come facilitare il processo di adozione del CRM da parte dei venditori
- Criteri di scelta per un processo di CRM: non tutto si può/deve automatizzare

### **DOCENZA**

Dott.ssa Cristina Mariani

Supporto le aziende in area commerciale (vendite, marketing, comunicazione, customer experience, pricing, business writing).

Dott.ssa Caterina Terziotti

Web design e grafica dal 1998 in aziende del settore software e del settore eventi hi-tech. Segue e realizza progetti web per PMI dei comparti eterogenei e per multinazionali.

### **SVOLGIMENTO**

32 ore.

Il calendario verrà definito a raggiungimento numero minimo di partecipanti, sufficienti a formare l'aula

### **COSTI**

€ 600,00 + iva per Aziende Associate/Non Associate

**Il corso è finanziato tramite il Bando Formazione Continua Fase VI e rientra nel Catalogo delle offerte di formazione continua proposto da Servizi Confindustria Bergamo srl.**

**Gli interventi formativi del catalogo sono finanziati attraverso un voucher riconosciuto direttamente all'impresa per fruire di corsi di formazione da scegliere nell'ambito di un catalogo regionale.**

**Ciascun lavoratore può richiedere fino a 2.000 euro di voucher all'anno. L'azienda, invece, ha a disposizione fino a 50.000 euro l'anno.**

**La richiesta del voucher deve essere effettuata tramite piattaforma bandi.servizirl.it.**

