IL MARKETING DIGITALE

Presidiare il Mercato Online

2022

Milano, 14-15 Marzo
Milano, 6-7 Giugno
Milano, 14-15 Novembre

IN PRESENZA O LIVE STREAMING

PARTECIPANTI

Imprenditori, responsabili marketing, brand manager, commerciali.

Il mondo è il vostro mercato e il mondo è il vostro competitor
MOHANBIR SAWHNEY

PROGRAMMA

Cambiamento del panorama media e del marketing
- Il web: la comunicazione digitale, le dinamiche della rete e le strategie di web marketing
- Il digital mindset: cosa serve per digitalizzare un'azienda
- Come le aziende usano il digitale: presidiare i mercati
- Marketing tradizionale e marketing digitale: differenze e punti di contatto
- Le strategie di canale che permettono una perfetta integrazione e ottimizzazione del marketing digitale in azienda

L'utente digitale
- Il profilo dell'utente digitale oggi: chi, come, dove e quando naviga?
- Come individuare il tuo utente per profilare la tua audience: un metodo pratico per individuare le tue buyer personas
- Come costruire una customer journey: identificare il viaggio dell'utente per decidere i touchpoint

Lead generation
- Il lead nurturing: cosa dare in "pasto" all'utente digitale per attrarlo verso il tuo prodotto
- Lead generation: come convertire i visitatori in clienti
- L'inbound marketing: una strategia di contenuto e di scambio per acquisire utenti qualificati
- Come costruire i lead magnet
- Funnel marketing: come individuare il tuo funnel di conversione

Come diventare un'authority
- Come diventare un'authority del mio settore: strategia per essere rilevanti sul web
- Il concetto di digital reputation e strumenti di monitoring
- Conoscere, individuare e gestire il sentiment del tuo brand
- Come gestire e migliorare una bad reputation: esempi pratici per cogliere quest'opportunità di fidelizzazione del cliente
- Suggerimenti per un contenuto di successo e le insidie della qualità del contenuto

Facciamoci trovare online!
- SEO onsite: cenni di technical SEO per capire il funzionamento dell'algoritmo di Google
- I ranking factor della SEO offsite: dal backlinking al grow hacking
- Il paid traffic per acquisire traffico: da Google ADS ai Social Ads passando per le principali piattaforme di adv
- Acquisizione di visibilità e aumento delle vendite online: il ruolo dei marketplace, comparatori e portali verticali
- I punti di ritrovo dell'utente online: i social media e non solo
- L'e-mail marketing e cenni di automation

Strumenti digitali di efficienza nella relazione con il cliente
- I social CRM
- I social network e il ruolo del social customer care

Le nuove frontiere del Marketing Digitale
- L'intelligenza artificiale e il Big Data Management
- What's new?

OBIETTIVI

Oggi è indispensabile pensare al web marketing come ad una business unit aziendale interconnessa al marketing tradizionale ma con esigenze e dignità proprie. L'obiettivo del corso è fornire una chiara visione del marketing digitale e della sua coerenza con le strategie aziendali, nonché fornire gli strumenti per la reale integrazione del digitale in azienda. Vedremo come posizionare correttamente la propria attività sulla rete per renderla capace di produrre contatti qualificati e con quali modelli il sito web può generare valore per l'azienda.

2 GIORNI

ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.315 (+IVA)
per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:
2 o più iscritti alla stessa edizione del corso
9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi
a diversi corsi a catalogo

COME

+39 02 38010666
scuoladipaloalto.it
informazioni@scuoladipaloalto.it