
ife
ITALIA
istituto
formativo
europeo
ISTITUTO FORMATIVO EUROPEO ITALIA
DIGITAL MARKETING &
SOCIAL MEDIA
PROFESSIONAL
Oltre 30 Anni Leadership nella Formazione Professionale

# CERTIFICATION COMPANY







**Istituto Formativo Europeo Italia** è un Centro di Formazione Autorizzato **MOS**, **MTA**, **ACA**, **ACU**, **HP** e **IC3**, che ha come obiettivo lo sviluppo di una buona strategia di promozione dei programmi internazionali di certificazione Certiport presenti.

Il nostro Certiport Center soddisfa un alto livello qualitativo di erogazione della formazione in aula finalizzata al trasferimento delle competenze ed al conseguimento delle certificazioni.

L'accreditamento in qualità di Certiport Center assicura un supporto formativo e di certificazione capace di coprire ogni esigenza, dalla prima alfabetizzazione informatica alla certificazione delle competenze di settore avanzato altamente professionalizzante.

Adobe CERTIFIED ASSOCIATE

## Adobe

La Certificazione ACA è pensata per coloro che utilizzano frequentemente il software per professione o per passione.

AUTODESK.

## Autodesk

Autodesk Certifitied User è una Certificazione che attesta le conoscenze della progettazione digitale.

CompTIA.

## CompTia

La Certificazione CompTIA attesta le competenze necessarie per operare in modo professionale nell'ambito del supporto tecnico informatico Hardware Software e di Rete.

EC-COUNCIL | ACADEMIA PARTNER

## EC-Council | Academy

Siamo ufficialmente riconosciuti a livello di Academia a garanzia della nostra qualità, EC-Council è noto soprattutto nel settore della sicurezza IT, ed offre certificazioni in settori come disaster recovery, sicurezza del software, analisi forensi digitali e conoscenze generali sulla sicurezza IT.

ORACLE

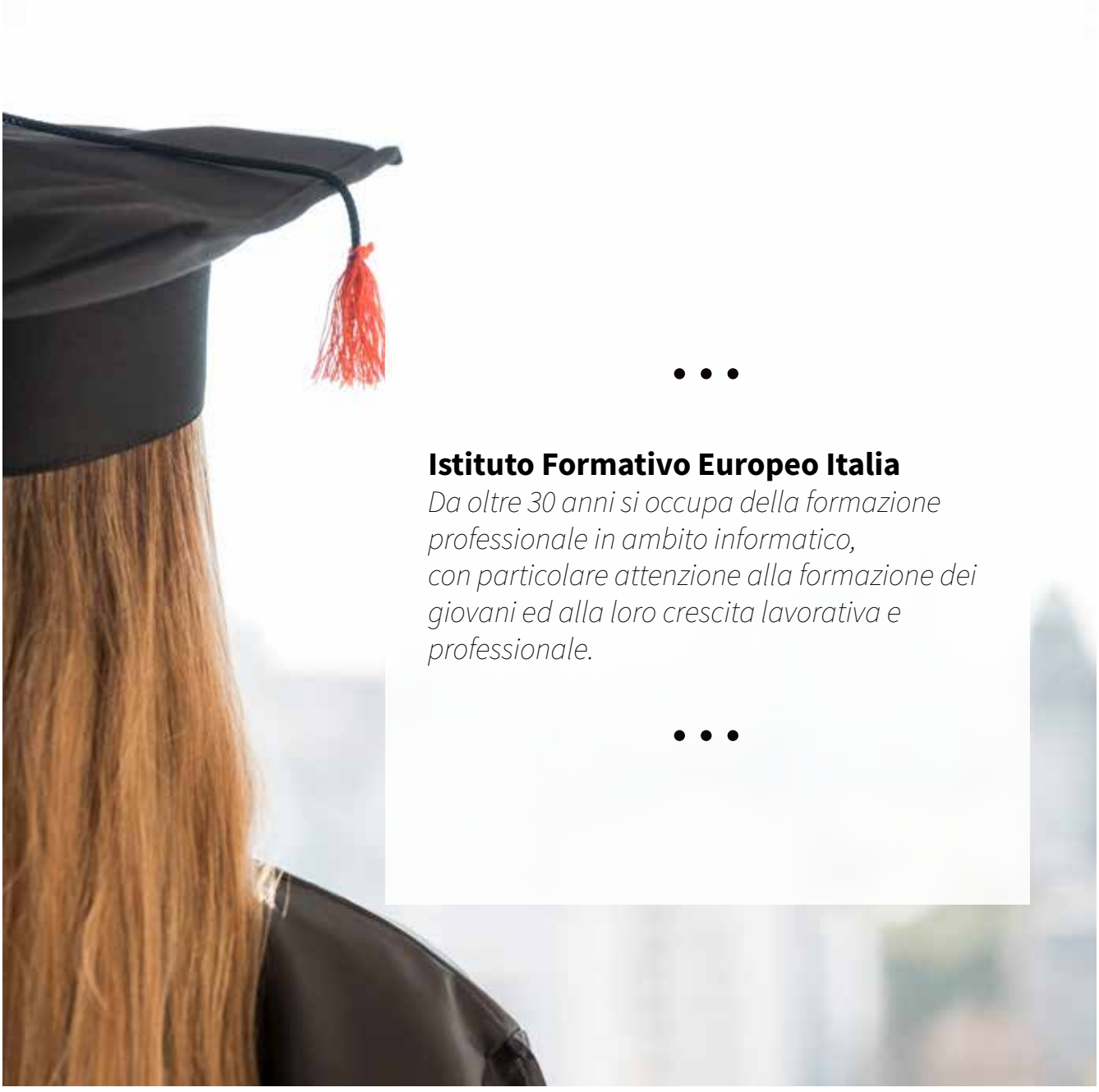
## Oracle

La Certificazione Oracle, rappresenta una prova della capacità del programmatore di comprendere la sintassi di base e la struttura del linguaggio di programmazione Java.

Microsoft

## Microsoft

La Certificazione Microsoft Office ti permette di distinguerti all'interno del competitivo mercato del lavoro di oggi mostrando le tue competenze di Back Office.



• • •

## Istituto Formativo Europeo Italia

*Da oltre 30 anni si occupa della formazione professionale in ambito informatico, con particolare attenzione alla formazione dei giovani ed alla loro crescita lavorativa e professionale.*

• • •

# CONSULENZA DI CARRIERA



“ Imparare ad esaltare e migliorare le tue qualità.

Requisito essenziale per valorizzare il nostro futuro.”

La Consulenza di Carriera è un’attività formativa focalizzata sulla carriera, che attraverso l’analisi della storia professionale e delle caratteristiche personali e motivazionali del cliente, lo aiuta ad aumentare la consapevolezza di se e delle proprie capacità e specificità professionali, al fine di implementare, riposizionare o intraprendere la propria attività lavorativa affrontando il mercato del lavoro in modo più mirato ed efficace.



# OBIETTIVO LAVORO

*I Colloqui di Lavoro*

Assicurarsi un buon posto di lavoro è un obiettivo importante, una svolta decisiva per vita e carriera.

Ma l'intervista del selezionatore spaventa molti candidati, crea stress e agitazione.

Affrontare con successo un colloquio di lavoro richiede perciò equilibrio e preparazione.

I candidati, infatti, ai colloqui di lavoro, vengono scelti non solo sulla base di studi ed esperienze: contano molto il modo di presentarsi e la capacità di entrare in sintonia con gli intervistatori.

Allora, bisogna "allenarsi": raccogliere informazioni, valutare la propria aderenza al profilo ricercato, fare delle prove.

Dopo un'intensa preparazione su questi e altri temi nelle lezioni di consulenza di carriera, i nostri candidati vengono intervistati e valutati da professionisti del settore.

Attraverso la collaborazione con agenzie interinali ed aziende su tutto il territorio nazionale che ricercano profili di alto spessore informatico, i nostri candidati vengono segnalati direttamente agli uffici del personale delle stesse, segnalando l'elevato profilo tecnologico.





# Digital marketing & Social media

Il Digital Marketing è "l'insieme delle attività di marketing che utilizzano i canali web per sviluppare la propria rete commerciale, analizzare i trend di mercato, prevederne l'andamento e creare offerte sul profilo del cliente target" (cit da Ninja Marketing)

In un contesto chiave della trasformazione digitale nell'uso quotidiano e intensivo di Internet, abbiamo cambiato molto rapidamente le nostre abitudini di consumo. Le aziende e le istituzioni sono consapevoli di questo e cercano di adattarsi ed anticipare questa realtà.

Questo è un programma completo che partendo dalle basi concettuali dei principi di base nella progettazione della strategia di marketing digitale, nella comprensione del comportamento del consumatore e nel saper agire con i doverosi strumenti pratici, comprende nuove abitudini di utilizzo o piattaforme di instant messaging, stimola ed insegna a gestire le leve del marketing digitale.

*Il marketing non è più una questione di ciò che sai produrre ma di quali storie sai raccontare*
*"Seth Godin"*

L'esperto di Digital Marketing & Social Media Professional deve saper agire su tutti gli strumenti a disposizione nel panorama digitale che siano le pubblicità sui Motori di Ricerca, sui differenti Social Media, sfruttare la tecnologia Mobile, la Gestione dei Dati utenti con singole campagne mirate, predisporre Store digitali dove permettere la vendita di prodotti e servizi, inoltre è in grado di analizzare i dati e la reputazione dell'azienda online in modo da poter correggere la strategia di marketing ove è necessaria.

Il corso permette inoltre l'ottenimento di 3 certificazioni internazionalmente riconosciute nel settore, quella rispettivamente di Google ADS, Google Analytics e Facebook Certified Digital Marketing



# INTRODUZIONE

## *Gli Obiettivi*

l percorso ha l'obiettivo pratico di preparare allo svolgimento della relativa professione di Digital Manager capace di comprendere e svolgere le funzioni tecniche e specialistiche richieste dal ruolo. Il fine è poter diventare una figura chiave nella creazione e gestione delle strategie di Digital Marketing e Social Media all'interno di Agenzia di Pubblicità, Aziende pubbliche e private, studi di consulenza, o anche come libero professionista come esperto nel campo.

Questa figura professionale, è divenuta molto richiesta, soprattutto nell'ultimo periodo, in quanto la situazione sanitaria di Pandemia ha costretto molte attività a chiudere i propri spazi fisici, dove veniva svolta l'attività di commercio, e solamente chi ha saputo convertirsi perlopiù al digitale, spesso con l'aiuto di professionisti di questo campo, riesce a sopravvivere.

Il percorso è rivolto a chi desidera specializzarsi nel Marketing all'interno del Web analizzando ed operando con tutti gli strumenti per promuovere i prodotti, servizi, il brand, la reputazione, la comunicazione ed il posizionamento online.

il corso è studiato per superare con successo gli esami per il conseguimento delle certificazioni Google Ads per la pubblicità online, Google Analytics per l'analisi della situazione online, e per Facebook Certified Digital Marketing, permettendo una certificazione di qualità anche nella pubblicità sui social media più diffusi come Facebook ed Instagram.

# PROGRAMMA DIDATTICO






### **MODULO 1:** FONDAMENTI DI WEB MARKETING

- Marketing “tradizionale” e Marketing Digitale a confronto
- Approcci strategici al web marketing: Sostac, 5S, SWOT, 5W
- Importanza e obiettivi del digital planning
- Canali digitali: paid, owned, earned
- Obiettivi di web marketing: awareness, traffico, lead, vendite, loyalty
- Customer Journey, funnel di acquisto
- Outbound vs Inbound, Marketing mix, strumenti di analisi, ROI
- Social Media Management, digital PR, on-line reputation

### **MODULO 2:** IL NUOVO MERCATO DIGITALE E COME PARLA

- Confronto tra Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0, ecc.
- Come la rete ha cambiato il marketing, la comunicazione, le aziende
- Gli effetti della Digitalizzazione: pro e contro
- Strumenti digitali: Search, Social, Mobile
- Internet delle cose (Internet of things)
- Approccio Pull vs Approccio Push
- La cultura del remix
- Nuovo concetto di marketing, prodotto, branding
- La marca e il digital branding: strategie e strumenti
- I Tools e piattaforme a disposizione del Digital Marketing Professional
- La pubblicità Online: Online ADV e gli indicatori di performance (KPI, ROI, PPC, PPM ecc..)
- La terminologia da conoscere: Bounce Rate, Opening Rate, Teoria della coda Lunga, Curva di Pareto, Legge di Moore
- Le normative Europee ed Internazionali: Privacy, Copyright, Brand, Cookies, Creative Commons ecc..

## MODULO 3: SEO, SEM & DISPLAY ADVERTISING

- Cos'è la SEO & SEM: chi è il SEO/SEM Specialist
- Come funzionano i motori di ricerca
- L'algoritmo di Ranking di Google
- SEO On-Page e SEO Off-Page e
- Portare traffico di qualità verso un sito
- SEO spam e penalizzazioni
- Tool SEO gratuiti e a pagamento
- Algoritmi SEO: Panda, Penguin, Pingeon, Hummingbird, Pigeon, Mobile Friendly, Google Fred/Core ecc)
- Search Engine Marketing - SEM: fare pubblicità sui motori di ricerca. ADS, Bing, remarketing e altri strumenti dell'outbound marketing



## MODULO 4: I SOCIAL NETWORK

- Come i Social Network hanno rivoluzionato il marketing
- L'impatto dei media digitali sulle aziende
- La figura del Social Media Manager e del Digital PR Specialist
- Ecosistemi digitali: peculiarità delle diverse piattaforme social
- Facebook e Twitter
- Social Video Marketing: YouTube, Vimeo ecc...
- Social Image Marketing: Instagram (Business), Pinterest e Tumblr
- LinkedIn un social che può stupire




## MODULO 5: SOCIAL MEDIA STRATEGY

- Progettazione del posizionamento online
- Analisi di mercato e mappatura dei competitor
- Piano editoriale e strategie di Social Media Marketing
- Copywriting, Content creation, Content curation
- Social Media Intelligence: strumenti per identificare le Buyer Personas
- Lead Generation e Marketing Mix: campagne e ripartizione del budget
- Inbound Marketing, Location Based Marketing & Lead Generation
- Strumenti di misurazione: ROI e KPI per misurare l'efficacia di una strategia
- Analytics: definizione dei KPI, obiettivi e monitoraggio (Monitoring, Listening, Analytics, ottimizzazioni e azioni di miglioramento)

## MODULO 6: GOOGLE ADS




- Il Mercato attuale, i nuovi comportamenti d'acquisto e Customer Journey
- La piattaforma Google Ads
- Creazione e gestione di un account Ads
- Rete di Ricerca
- Struttura delle campagne: Campagne Search, Display, Video, Shopping
- Parole Chiave, Annunci, Targetizzazione, Remarketing
- Misurazioni su Google ADS
- PPC, PPM, CPA, CPC, allocazione e gestione del budget
- Aste, Real time bidding, punteggio di qualità
- ROI, Analytics, Conversioni, casi studio

## MODULO 7: FACEBOOK & INSTAGRAM ADVERTISING




- Il Valore di Facebook ed Instagram
- Stabilire la presenza su Facebook ed Instagram
- Fondamenti di ADV su Facebook
  - Cos'è e come funziona Facebook Ads
- Creazione e Gestione di ADV
  - I Tools disponibili Tipologie di ads
  - Identificare il target, scenari, relazioni, il piano di marketing
  - Social Graph
  - Funnel
  - Tipi di campagne e di offerte
  - Punteggio di qualità, aste, FBX
  - Retargeting, Look-alike
- Reporting
  - Misurazione delle conversioni
  - Misure correttive e di successo

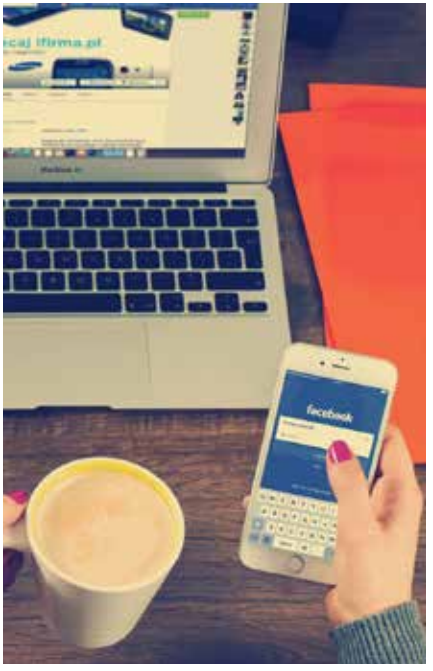
## MODULO 8: LINKEDIN ADS

- Fondamenti di Linkedin Ads
- Perché Linkedin Ads
- Campaign Manager, Creare Campagne
- Il Targeting su Linkedin (Audience Attributes, Matched Audiences, Targeting Demo ecc..)
- Report e Analisi (Report su Campaign Manager, Linkedin Tools, Linkedin Demographic Analytics ecc..)
- Ottimizzare le tue Campagne
- Le strategie su Linkedin:
  - Creare una Marketing Strategy su Linkedin
  - Brand Awareness su LinkedIn
  - Lead Generation su Linkedin




## MODULO 9: E-MAIL MARKETING – DEM & CONTACT MANAGEMENT

- Scelta della piattaforma di e-mail marketing
- Processo di raccolta dei dati (Lead Generation, Ricerche di Mercato: TypeForm, Google Form ecc..)
- Mailing List & Newsletter: Gestione delle liste, segmentazione contatti, creazione di newsletter e gli elementi da considerare
- Le Componenti della DEM: Oggetto, mittente, messaggio, layout e template grafici
- I dati da considerare: Delivery rate, CTR, Opening rate, Bounce rate
- API, plug-in e interazioni con CMS E CRM
- Email Automation
- Le norme di diritto europeo ed internazionali: Compliant rate, unsubscribe, privacy e GDPR
- Gestione del contatto e Monitoring in un CMS e CRM
- Gestione della posta spam




## MODULO 10: WEB REPUTATION & SOCIAL MEDIA MONITORING

- Come funziona la reputazione online
- Il Professionista: Il Digital Pr/Reputation Specialist
- Piattaforme e strumenti di Social Media Listening e monitoring
- Promozione, mappatura e difesa della reputazione online
- Personal reputation, Brand reputation, Corporate reputation
- SEO, buzz, viral, advertising, community
- Crisis Management e Gestione dell'imprevisto

## MODULO 11: GOOGLE ANALYTICS GOOGLE ANALYTICS




- Presentazione di Google Analytics e degli strumenti di analisi dei dati
- Creazione e gestione di un account Google Analytics
  - Rapporti di Base e Monitoraggio
  - Raccolta dati e Configurazione
- Strategie di miglioramento del business online
- Inserimento di codice di monitoraggio
- Obiettivi, metriche e KPI funzionali agli obiettivi di marketing
- Rapporti di Base e Strumenti e tecniche avanzate di analisi
  - Analisi del pubblico: demografia, interessi, comportamenti, device utilizzati
  - Funnel, Bounce Rate, Conversation Rate, Retention, ROI
  - Strumenti avanzati di marketing
- Report professionali e casi di studio
- Google Analytics 360

## MODULO 12: MOBILE MARKETING




- MOBILE MARKETING
- Il mercato del Mobile Marketing ed il Native Mobile Advertising
- Strategie del Mobile Marketing
  - Mobile Advertising
  - Mobile Promotion
  - Mobile Payment
  - Mobile Commerce
  - Mobile Service
- Promozione di un'App mobile Vantaggi ed Opportunità
- Il piano di marketing per un'App
- Gli asset del Mobile Marketing
  - Mobile App e Site
  - Mobile Wallet
  - Mobile Messaging
  - Campagne di mobile advertising (SMS, Messaging, APP Marketing, QR Code ecc..)
- Modelli di acquisto: CPM, CPC, CPA, CPI,FEE giornaliere e prefissate
- Notifiche Push
- Facebook App Center
- I KPI del Mobile Marketing
- I Trend del Mobile

## MODULO 13: DIGITAL COMMERCE




- Affiliate Marketing
  - L'Affiliate marketing: definizione e funzionamento
  - Il network di affiliazione ed i loro attori (Publisher, Advertiser, Clienti)
  - Piattaforme di Affiliate marketing
  - Search, display, contextual, retargeting
  - Gli indicatori di performance (CPM,CPC, CPL, CPS, CPD, CPI, CPF) ed i KPI
  - La normativa: Cookie e tracking
- E-Commerce
  - Il Negozio Digitale
  - E-commerce: Quale piattaforma scegliere?
  - Consumatori ed esperienze d'acquisto
  - Il mobile e le vendite on-line
  - On-site e On-line
  - Gestione dei dati del cliente
  - Ordini Multicanale
  - CRM e Customer Service
  - I Market Place
- Social Commerce
  - Social Commerce: Definizione e Funzionamento
  - A metà tra un Social Network ed un E-Commerce
  - Shopping Experience
  - Le Piattaforme di social commerce di oggi
  - Il Passaparola: Word-of-mouth
  - F-commerce Ecosphere
  - Negozi integrati in Facebook




## MODULO 14: ESERCITAZIONI E PREPARAZIONE ALLE CERTIFICAZIONI

- Esercitazioni pratiche di situazioni/problematiche di lavoro
- Prova pratica
- Preparazione alle Certificazioni

# EXAM CERTIFICATION



**Istituto Formativo Europeo Italia** essendo un centro accreditato eroga direttamente gli esami previsti per questo percorso didattico.

Google Ads



facebook Ads

## GOOGLE & FACEBOOK ®

Dimostra le tue competenze nell'utilizzo di:
- **Google Ads** per la pubblicità online
- **Google Analytics** per l'analisi della situazione online
- **Facebook Certified Digital Marketing** per la pubblicità sui social Facebook ed Instagram

# CERTIFICAZIONI INTERNAZIONALI

• • •

Google Ads

Google Analytics

FACEBOOK
BLUEPRINT CERTIFIED
Digital Marketing Associate

**Certificazioni Erogate:**
- Google Ads
- Google Analytics
- Facebook Certified Digital Marketing

**Enti Certificatori:**
- Google ®
- Facebook ®

**Modalita' di Erogazione:**
On-Line