

Proposta corsi strutturati per aziende



Docente:

Francesco De Nobili

Docente Università di Bologna e in diversi Atenei e Master di alta formazione italiani. Autore di numerosi libri di successo del settore (gli ultimi SEO Google e Strategie di Content marketing). È fondatore dell'Osservatorio sul Digital Marketing, relatore e divulgatore scientifico nei più importanti eventi di Digital Marketing in Italia.

1) Digital marketing integrato: più clienti ottimizzando le risorse

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Perché il Digital marketing è oggi indispensabile
Come orientarsi e informarsi per valutare i progetti in questo settore
Digital Marketing integrato: il nuovo approccio vincente
Ottenere risultati ottimizzando tempo e risorse

Comprendere il nuovo processo di acquisto tra online e offline
Sfruttare i dati a disposizione riducendo costi e tempi
Come utilizzare le ricerche su Google per la Business intelligence
Content marketing strategy: come crearla

Creare fiducia e clienti dal proprio sito web
Social network: come utilizzarli realmente per generare business
Dall'email marketing alla marketing automation: gli strumenti a disposizione
Il Digital marketing come ponte per la digital transformation aziendale

2) Corso LinkedIn Business

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Come creare e utilizzare LinkedIn per il personal branding
Ottenerne il massimo dalle schede profilo
Come fare Employer branding su LinkedIn
Studiare i competitor su LinkedIn

Come utilizzare la ricerca avanzata e le segnalazioni
Come utilizzare al meglio i Gruppi
Come utilizzare Pulse per i contenuti
Tools ed estensioni utili per il social selling

LinkedIn per le aziende: creazione delle pagine e delle vetrine
Studiare i competitor su LinkedIn
LinkedIn Analytics: saper leggere le metriche
Gestire privacy, account, notifiche personali e dei gruppi

3) Corso Email marketing

Durata: 4 ore

Programma del corso:

La strategia prima dell'email marketing
L'importanza della pulizia del database
Come segmentare e raccogliere i diversi lead

La diversificazione degli entry point
Le specifiche per una newsletter efficace
Design mail: best practice efficaci

Tecniche specifiche per l'invio delle mail
L'email di benvenuto e di compleanno
Il recupero dei carrelli abbandonati nell'e-commerce

Dentro la piattaforma MailUP
La gestione della campagna mail
La predisposizione per i flussi automatici

4) Corso SEO Inbound marketing: i tuoi clienti direttamente da Google

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Capire il funzionamento di Google
L'integrazione della SEO organica con AdWords
Comprendere le intenzioni di ricerca del pubblico

Quali/quante parole chiave scegliere

Imparare le tecniche di SEO on page
Ottimizzare i tag HTML
Ottimizzare le immagini, i link e i file
Contenuti freddi, caldi e la posizione 0

Imparare le tecniche di SEO off page
I backlink e la Link popularity
I guest post e le altre forme di SEO offpage
La SEO per i dispositivi mobili

La gestione delle attività SEO
Gli strumenti gratuiti per la SEO
Google Search Console per la gestione del sito
SEOZoom: la suite italiana (15 giorni gratuiti di prova inclusi)

5) Corso social media marketing

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Facebook: sfruttare il social più popolare per il proprio business
Come creare e gestire la propria Fan page
Come monitorare i risultati
Come creare una campagna pubblicitaria a pagamento

Instagram: il potere delle immagini
Come creare e gestire un profilo Instagram
Come sfruttare tutti i suoi strumenti
Le strategie per avere successo in breve tempo

Twitter: il microblogging perfetto per il marketing
Come creare un profilo su Twitter
Come scrivere professionalmente su Twitter
Come trovare follower e monitorare i risultati

Definire al social media strategy
Tecniche per comunicare efficacemente sui social network
L'importanza del piano editoriale
Strumenti per ottimizzare la gestione dei social

6) Corso Facebook ads

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Quale tipologia di annuncio scegliere
Come creare un pubblico personalizzato
Come importare i propri contatti

Come collegare il pixel per il remarketing

Ottenere il massimo dalla profilazione del pubblico

Come integrare la marketing automation

Esplorare gli interessi aggiuntivi

Definire il posizionamento anche per Instagram e Audience network

L'ottimizzazione del budget

Come impostare i ghost post

Come creare Ads Canvas

Analisi dati e fatturazione

7) Corso Content marketing

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Content marketing: l'approccio e il metodo

Come fare content marketing sui social

Blog o sito web: lo strumento principale

Come impostare una strategia digitale basata sul content marketing

Come ascoltare il tuo pubblico o quello potenziale

Le diverse tipologie di contenuti (email marketing, video, podcast, webinar ecc.)

Tecniche e strategie di content marketing per web e social applicate

Come scegliere la giusta strategia in funzione degli obiettivi

I tool di supporto per migliorare i contenuti

Come legare il content marketing all'advertising

Il content marketing indiretto: parlare del prodotto senza nominarlo

Case study di successo divisi per settore e tipologia

8) Corso copywriting persuasivo e storytelling

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Il processo di scrittura e lettura su web

Tecniche per scrivere in modo chiaro ed efficace

Scrivere per i dispositivi mobili (smartphone e tablet)

Organizzare la struttura dei testi per ottenere il massimo

Il titolo, l'attacco, i link, le call to action

Come scrivere contenuti realmente di qualità

Storytelling: come utilizzarlo realmente

Storytelling aziendale o di prodotto

La vendita di un prodotto attraverso lo storytelling

Fare Storytelling con i social media
Tecniche e format per creare uno storytelling efficace
Case history di successo

9) Corso WordPress: potenzialità e gestione per il sito web aziendale

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Creare un sito web con WordPress: le basi
Scegliere l'hosting provider giusto
Installazione gratuita di WordPress

Creare la struttura del sito in base alle esigenze
Come scegliere il giusto template
Creare il tuo sito con categorie, pagine, articoli e tag

Quali plugin installare e come sceglierli
I plugin per il digital marketing
Come collegare i servizi di Google al sito

Collegare e integrare WordPress ai social network
Scegliere il giusto template per le tue esigenze
Usi alternativi di WordPress: dal sito al gestionale

Impostare il corretto approccio metodologico all'analisi dei dati in Google Analytics
Le principali funzionalità di Google Analytics
Differenza fra account, proprietà e vista
Configurazione corretta del nostro account
Inserimento del codice di monitoraggio all'interno del sito (WordPress, Joomla, Drupal, PHP ecc.)

10) Corso Google Analytics: gestisci i dati del tuo sito web

Durata: 4 ore

Programma del corso:

Impostare il corretto approccio metodologico all'analisi dei dati in Google Analytics
Le principali funzionalità di Google Analytics
Differenza fra account, proprietà e vista
Configurazione corretta dell'account

Conoscere in modo approfondito le schede per ottenere informazioni sul pubblico
Scheda Pubblico (dati demografici e geografici, interessi, nuove visite, dispositivi utilizzati ecc.)
Scheda Acquisizione (per capire da dove arriva il pubblico: social, altri siti, parole chiave ecc.)
Scheda Comportamento (quali pagine sono più visitate, quali punti della pagina, cosa cercano ecc.)

Scheda Conversione (click sulle pagine obiettivo, quale percorso di navigazione, quanto tempo impiegano ecc.)

Impostare gli obiettivi (destinazione, durata visita, pagine viste, eventi)

Attivare il monitoraggio di download dal sito

Impostazione correttamente i Filtri di Analytics

Il monitoraggio dei link condivisi sui social o altri siti e la verifica delle visite da newsletter

Come creare i rapporti personalizzati e monitorare il motore di ricerca interno