

Corso di Web Marketing LAB

L'uso evoluto degli strumenti web per sviluppare il business online



Opportunità

Alla base di una buona strategia di business on line deve necessariamente esserci la conoscenza approfondita degli strumenti e delle tecniche avanzate che permettano di analizzare i dati, ottimizzare il sito, settare i sistemi di analisi per monitorare in tempo reale l'andamento delle campagne promozionali attivate



Finalità

La finalità di questo corso è di fornire ai partecipanti tutte le informazioni per monitorare il posizionamento organico di un sito, settare efficaci campagne pubblicitarie e – per i responsabili marketing e comunicazione aziendali- gestire e verificare il lavoro delle web agency



Obiettivi specifici

- Acquisire padronanza con le tecniche avanzate di tracking e analisi dei dati sul traffico del proprio sito web
- Ottimizzare il sito tramite test multivariati ed effettuare una corretta diagnostica per individuare eventuali malfunzionamenti.
- Attivare e gestire campagne promozionali a pagamento
- Settare i sistemi di analisi: canalizzazioni e percorsi di conversione



Materiali

Ogni partecipante riceverà le slide del corso e tutto il materiale relativo alle esercitazioni proposte in aula.



Metodo di lavoro

I temi del corso vengono affrontati con un approccio pragmatico e funzionale e l'insegnamento teorico è accompagnato da una serie di casi pratici esemplificativi.

Il corso si terrà in aule di 10-12 partecipanti con connessione wifi.



Partecipanti

Il corso Web Marketing avanzato è rivolto a coloro che hanno già conoscenze e esperienze di principi e tecniche base del web 2.0 e che intendono perfezionare la propria conoscenza relativa agli strumenti avanzati di web marketing



Durata

Due giornate formative in aula. L'orario è dalle ore 9.30 alle 13.00 e dalle ore 14.00 alle 17.30.

Il corso prevede anche una consulenza individuale di 2 ore.



Prezzo

460,00 € + IVA

La quota comprende: partecipazione al corso, materiale didattico e attestato di partecipazione.



Docente

Simona Bonciani - <http://it.linkedin.com/in/simonabonciani>

Angelo Valenza - <http://www.linkedin.com/in/angelovalenza>



Programma

SEO (posizionamento organico)

- Cos'è l'indicizzazione e come avviene
- Ottimizzazione: come migliorare la struttura del sito
- Ottimizzazione: come migliorare i contenuti
- Come aumentare la popolarità
- Google strumenti per web master: Trends, Insights, AdWords,...

- Google Web Site Optimizer
- SEO per cellulari
- Social Network e SEO

PPC – Google Adwords

- Creare una campagna Google Adwords
- La fase di creazione dell'annuncio
- L'ottimizzazione dell'account
- La scelta delle keywords
- La definizione del budget
- La progettazione della Landing Page
- Best Practice e Case History

PPC – Facebook Adv

- Fan Page: come ottimizzarla
- *Inserzioni, Sponsored Stories, Eventi, Like*
- La definizione del Target
- La definizione del budget
- Monitoraggio delle Conversioni

WEB ANALYTICS

- Google Analytics
- Gli obiettivi di GA
- Le sorgenti di traffico, le pagine più visitate, i campioni di riferimento per settore...
- Le canalizzazioni e il percorso di conversione
- I Report personalizzati