

Come progettare una strategia di web marketing

Nuovi strumenti e strategie per il business online

Opportunità

Internet ha portato cambiamenti radicali nel modo di fare business e di proporsi al mercato.

Il WEB 2.0 ha aumentato le variabili e trasformato completamente il modo di comunicare e di intendere il marketing.

La velocità con cui le informazioni sono trasmesse tra aziende, clienti, fornitori e concorrenti ha aumentato la competitività e la capacità di sfruttare le opportunità di mercato in tempo reale.

Le aziende sono più veloci, offrono prodotti personalizzabili, danno servizi on line a complemento del prodotto, sono facilmente accessibili via web e soprattutto si propongono a una clientela globale.

Finalità

La finalità di questo corso é di fornire alle aziende gli strumenti necessari a comprendere e definire un nuovo modello di business "web oriented" per rendere la propria azienda competitiva nell'era della globalizzazione digitale.

Obiettivi specifici

- Fare del web marketing una delle leve strategiche dell'azienda, tramite un attento monitoraggio della concorrenza on line e del comportamento dei visitatori in rete
- Imparare a gestire la comunicazione on line creando un traffico di utenti significativo e facendo della corretta diffusione dell'informazione un vantaggio competitivo per l'azienda
- Scegliere gli strumenti di contatto, relazione, interazione e coinvolgimento più adeguati per raggiungere, acquisire, trasformare in clienti e fidelizzare il proprio target in rete
- Acquisire una metodologia per una stesura ottimale di un piano di comunicazione on line per la propria azienda.

Materiali e Metodo di lavoro

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

Il corso si svolge con modalità interattiva, con discussioni, lavori di gruppo e simulazioni, allo scopo di adattare rapidamente quanto appreso alla propria realtà professionale. Il corso permette di operare in "Action Learning" costruendo in aula percorsi di progettazione e sviluppo relativi alla propria realtà aziendale. L'aula è di 10-12 partecipanti con connessione wi-fi.

Partecipanti

Il corso si rivolge a tutti coloro che vogliono comprendere principi, strumenti e strategie del marketing on line e nello specifico a:

- Imprenditori
- Responsabili Marketing
- Responsabili Comunicazione
- Consulenti di marketing strategico e comunicazione

Durata

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

Docente

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

Programma

I fondamenti del marketing on line

- Segmentazione, targeting e posizionamento online
- Analisi delle forze competitive online
- Obiettivi di business online

Gli elementi di una strategia web

- Dall'analisi alla definizione della strategia web
- Ottimizzazione sito
- Come portare visite al sito
- Come trasformare i visitatori in utenti
- Come trasformare gli utenti in acquirenti
- Misurare ogni cosa: monitoraggio quantitativo e qualitativo

Gli strumenti del marketing on line

- SEO (Search Engine Optimizatio) e SEM (Search Engine Marketing)
- E-mail marketing
- Social media marketing
- ADV on line
- Ufficio stampa e PR on line
- Linking strategies

Il piano di comunicazione on line

- Dove si colloca il piano di comunicazione all'interno del piano marketing
- Gli elementi di un piano di comunicazione on line
- Dall'analisi alla strategia
- La scelta degli strumenti e il budget
- Il piano d'azione: attività e ruoli