

Corso di Web Marketing

Introduzione al Web Marketing

Come ottenere il massimo ritorno da Internet

7 marzo 2013 - 9:30 - 17:30

Abstract

Facendo i giusti investimenti il Web è il mezzo di comunicazione e di marketing più economico e immediato per raggiungere i propri obiettivi di business. Questo workshop intende fornire solide basi per comprendere quali opportunità sfruttare individuando soluzioni appropriate ed efficaci per raggiungere i Clienti obiettivo massimizzando gli investimenti. Prenderemo spunto dalle realtà imprenditoriali dei partecipanti per identificare le aree critiche e di ottimizzazione dei siti web. Conosceremo gli indicatori di performance più rilevanti e costruiremo insieme strategie per il posizionamento sui motori di ricerca, la creazione e diffusione dei contenuti sulla rete e sui social media, visibilità a pagamento e la demand generation attraverso l'email marketing.

A chi è rivolto

Il corso è rivolto a imprenditori, responsabili marketing, responsabili IT, webmaster, Business Development.

Docenti

Marco D'Amico, Clauio Gagliardini

Programma

10:00-11:30

PRIMA PARTE

Il Web Marketing è Marketing!

Il successo su Internet è guidato dal marketing: come creare, comunicare e trasmettere il Valore agli Utenti per portare benefici all'Impresa.

Obiettivi di Web Marketing, KPI e ROI

Definire obiettivi semplici, raggiungibili e misurabili. Quando è opportuno calcolare il ritorno sugli investimenti (come indice economico) e quando non lo è.

11:30-12:00

COFFEE BREAK

12:00-13:00

SECONDA PARTE

Boraso.com Academy

Via Eridania 133/D, 45030 Occhiobello (Rovigo)
Persona di riferimento: Francesca Lorenzoni

Telefono: 0425 760320

Mail: academy@boraso.com

Sito: <http://www.boraso.com/academy/>

Ottimizzare il Sito web per massimizzare le Conversioni

Strategie, tattiche e tecniche per stimolare l'utente a eseguire le azioni per cui il sito è stato progettato.

SEO: Ottimizzazione del sito web per gli utenti che utilizzano i motori di ricerca

Conoscere cosa cercano gli Utenti sui motori di ricerca per definire efficaci strategie di Posizionamento e ottimizzare il sito web per rispondere ai bisogni e desideri di chi cerca.

13:00-14:00

PRANZO

14:00-15:30

TERZA PARTE

AdWords

Le parole (chiave) come "fabbrica" di conversioni, di visibilità e di contatti. Idee, spunti e best practices per fare business, raggiungere in modo chirurgico il target e creare nuove opportunità con l'advertising su Google.

Social Media Marketing

Usare i social media come strumenti di marketing, di conversazione e di coinvolgimento degli utenti. Opportunità, insidie e prospettive dei media che hanno cambiato la comunicazione.

15:30-16:00

COFFEE BREAK

16:00-17:30

QUARTA PARTE

Creare contenuti di Valore per attrarre gli Utenti

In rete "content is king"; non è solamente uno slogan, ma un obiettivo da perseguire giorno dopo giorno, "seminando" pillole del know-how aziendale e della sua filosofia. In breve come, dove, con quali strumenti.

L'Email Marketing per massimizzare i processi di Demand generation

L'email è ancora uno strumento attuale e produttivo, da utilizzare in sinergia con gli altri canali della rete. Tra le opportunità di comunicazione rappresenta la più targettizzabile, misurabile e programmabile, ma va utilizzata in modo strategico e mirato.