MKPL - Web Marketing Plan

ITCore Web - Teorie Web e Progettazione - Content Strategy

Durata:	Lingue:	Certificazione:
2 Giorni	**Italiano**	**-**

Descrizione del corso

Il web marketing è parte costitutiva di ogni strategia di marketing che voglia essere vincente, per qualsiasi azienda e indipendentemente dalla tipologia di business.&Il corso ne illustra caratteristiche specifiche e best practice, fornendo le competenze indispensabili alla creazione e gestione di un web marketing plan di successo.

Programma

1. I fondamenti del web marketing
    - Il web marketing e il business aziendale
    - Canali tradizionali e nuovi media
    - Come cambiano i consumatori online: nuove forme di relazione e multicanalità
    - L'accesso al web in mobilità. Tendenze e nuove opportunità del Mobile Marketing
2. Creare un web marketing plan di successo
    - Processo di pianificazione
    - Gli elementi indispensabili
    - Definizione degli obiettivi di web marketing
3. Strumenti di web marketing
    - Principali strumenti a disposizione
    - Peculiarità e caratteristiche di ciascuno strumento
    - Strumenti emergenti per il web marketing
4. La progettazione di un sito per il web marketing

- Definire gli obiettivi di business, il target di mercato e il posizionamento online
- Definire i requisiti tecnico/funzionali
- Selezionare il partner tecnologico

5. SEO e SEM strategy
   - Cosa si intende per SEO e SEM
   - Posizionamento naturale e campagne a pagamento
   - Massimizzare l'investimento e aumentare l'efficacia
6. Direct Email Marketing
   - Creazione del messaggio
   - Acquisizione delle liste
   - Newsletter, DEM
   - Implementare e monitorare l'efficacia di una campagna email
7. Social media marketing
   - Profili aziendali sui principali social media
   - Scelta dei social media più strategici con gli obiettivi aziendali
   - Modalità di gestione dei profili aperti
8. Content Marketing
   - Strategie di creazione e sviluppo dei contenuti
   - Scelta delle tipologie di contenuti aziendali
   - Creazione, cura e promozione dei contenuti
   - Piano editoriale dei contenuti
9. Web analytics
   - Gli strumenti di web analytics: selezione e utilizzo
   - Google AdWords e Google Analytics
   - Utilizzare i dati per ottimizzare campagne e sito web
10. Best practice per un piano di web marketing
    - Come determinare gli strumenti più performanti, la sequenza di utilizzo e i KPI
    - Come calcolare il ROI di un piano di web marketing
11. Integrazione della strategia web con il piano di marketing generale