

# Marketing e E-Commerce

ID 828

## OBIETTIVI

L'attività formativa, mira a potenziare le conoscenze e le competenze del personale interno nell'ambito della digitalizzazione dei processi di comunicazione. Attraverso l'approfondimento dei principi e dei vantaggi aziendali, il corso offre l'opportunità di acquisire competenze avanzate nella definizione e nell'applicazione di strategie di web marketing e social media marketing. Saranno esplorati in dettaglio tutti i principali strumenti utili all'ottimizzazione del sito web per i motori di ricerca, mediante l'impiego di tecniche quali Search Engine Optimization, tag opengraph e microformati, link building, e molti altri strumenti dedicati alla gestione della brand reputation e all'aumento della competitività aziendale.

Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di utilizzare in modo avanzato gli strumenti e le potenzialità di Facebook, tra cui tab personalizzati, strategie di visibilità e pubblicità, e le principali funzionalità di Twitter, come microblogging, hashtag, liste, e la personalizzazione della timeline. Inoltre, saranno in grado di sfruttare appieno le risorse di LinkedIn, come il business profiling, le pagine aziendali, le vetrine e gli annunci pubblicitari, così come le possibilità offerte da Google+, tra cui la condivisione selettiva, republisher e author, la gestione del brand online e le future potenzialità. Infine, i partecipanti saranno in grado di implementare un efficace piano di comunicazione sui social media, in linea con l'identità del marchio aziendale, e di gestire le relazioni con gli stakeholder, i blogger e gli influencer, attraverso una gestione mirata delle risorse multi-mediali per migliorare la visibilità online.

## CONTENUTI

- Configurazione offerta di prodotto/servizio
- Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati: Statistica e ricerche di marketing, supporti informativi, tecniche per la raccolta dei dati, rappresentazioni matriciali
- Modalità di definizione di un target di utenza
- Studio del prodotto/servizio per la strategia commerciale: dall'immissione nel mercato al Posizionamento
- Usi e costumi dei potenziali target di riferimento
- Posizionamento offerta di prodotto/servizio: Elementi di base di software - Tecniche di ottimizzazione delle pagine web per i social media - SEO, FEED RSS e GOOGLE ADWORDS - SEO e Copy - Facebook Ads
- La qualità del servizio nei processi marketing-vendite: dalla percezione del cliente alla misurazione della customer satisfaction
- Modelli, strumenti, meccanismi e strategie del marketing operativo, marketing virale e marketing strategico
- Terminologia tecnica di settore in lingua inglese
- Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing
- Strumenti e tecniche del Web marketing: dalle pubblicità online agli advertising dei social media (monitoraggio, misurazione e metriche). Studio del target e del budget, la grafica e il videomaking associati. Il mercato estero
- Elementi di real time marketing: casi studio, vantaggi e svantaggi, elementi di programmazione
- I 5 metodi di compravendita di spazi pubblicitari
- Web analytics e misurazione del ritorno degli investimenti on line (roi)
- Siti web e strumenti di pubblicazione per il web (CMS, Blogging, Editor)
- CMS Wordpress e i siti di e-commerce
- Blog

**Livello di accesso** Diploma

**Durata** 200 h

**Modalità di svolgimento** 50h in aula + 150h laboratorio



Visita la pagina sul nostro sito dedicata alla misura **GOL Puglia**