

Programma corso di **Digital Marketing**

Obiettivi del corso

Imparare le strategie di digital marketing principali ed applicare alla propria azienda/progetto

Imparare attivamente ad utilizzare i principali canali di promozione online, impararne la filosofia e il modus operandi.

Saper coordinare le attività di promozione online





Programma

INTRODUZIONE

LEZIONE 1

- Il digital marketing: panoramica degli scopi, canali e strategia principali
- I dati in nostro possesso: chi siamo e a chi abbiamo parlato fino ad ora

LEZIONE 2

- Analisi della concorrenza: come comunicano gli altri e come possiamo differenziarci

LEZIONE 3

- Identificazione del cliente ideale e del percorso per raggiungerlo

CORSO DI SCRITTURA

LEZIONE 4

- Individuazione del concept di comunicazione
- Il tono di voce e la linea comunicativa (testuale e visuale)

LEZIONE 5

- Progettare un testo (scopo, informazioni e architettura del contenuto)
- Come adattare il messaggio al canale da utilizzare (post social, blog, pagina sito, newsletter...)
- Esercizi di stile (chi siamo del sito web, newsletter...)



CORSO SOCIAL MEDIA

LEZIONE 6

- Coordinare i social media con gli altri canali di comunicazione
- Il piano editoriale

LEZIONE 7

- Avere il polso della pagina: moderazione e gestione della crisi
- Analizzare i risultati ed evolvere le attività in base ai dati

LEZIONE 8

- Promozioni a pagamento: strumenti, campagne, gestione del budget, analisi, modus operandi

CORSO SEO

LEZIONE 9

- Introduzione alla SEO e agli aspetti principali da tenere in considerazione
- Analisi delle intenzioni di ricerca dell'utente

LEZIONE 10

- Analisi delle parole chiave

LEZIONE 11

- Analizzare e definire la struttura del sito web

LEZIONE 12



- 
- Utilizzare le parole chiave e scrivere un contenuto ottimizzato SEO
 - I metadati di un testo
 - Aspetti tecnici nell'ottimizzazione di un contenuto

LEZIONE 13

- Come portare il pubblico inconsapevole verso il sito web
- Imparare a leggere i dati con gli strumenti di monitoraggio

CORSO BLOGGER

LEZIONE 14

- Ricercare gli argomenti che interessano al nostro pubblico
- Il piano editoriale e il brief

LEZIONE 15

- Scrivere con la pancia, poi usare la testa
- Conciliare la SEO con gli articoli

COROLLARI CONCLUSIVI

LEZIONE 16

- Email marketing: come gestire le newsletter e le dem, come scrivere i contenuti e usare gli strumenti

LEZIONE 17

- Google Ads: cenni sul ppc e panoramica agli strumenti e all'utilizzo
- 

B-ENTERPRISE

costruire per comunicare

Questo programma ti incuriosisce?

Chiedici informazioni sul corso!

Scrivici a

corsi@bfenterprise.it

oppure

Chiamaci

+39 049 4906614

