

Fare Business con i Social Networks e il Marketing digitale

La trasformazione digitale, ancor più spinta dalla recessione in atto, sta modificando le nostre vite come rivoluzione prima ancora sociale che tecnologica. **Una nuova economia chiamata "weconomy" si sta muovendo da internet nel mondo reale inesorabilmente.**

Il paradigma del commercio elettronico come lo abbiamo sperimentato nella prima decade del nuovo millennio è ormai superato, stiamo assistendo a importanti cambiamenti comportamentali dell'utente acquirente sul web.

Integrazione, multicanalità, socialmedia. Il mondo è sempre più complesso: la tecnologia oggi fornisce ai clienti molti più canali che mai. La mobilità sta avendo un effetto enorme sulla customer experience: sta rendendo la vita più semplice ai clienti e molto più complessa per le aziende! Maturando la propria consapevolezza, gli utenti si stanno rendendo inevitabilmente conto di quanto povera sia stata finora la loro esperienza multicanale e spingeranno sempre più le aziende a cercare di rimediare a questa carenza. In questo processo, nemmeno a dirlo, saranno i social media a crescere in modo esponenziale, con un unico risultato: non potranno più essere ignorati.

In questo contesto l'impresa può trovare nella rete e negli ambienti social del Web 2.0 opportunità, inimmaginabili sino a qualche tempo fa, per la creazione di strategie di marketing indirizzate a aumentare fidelizzazione e ricavi, per migliorare l'efficienza commerciale e ottenere differenziazione dei servizi.

Il Percorso formativo consente di acquisire gli strumenti e le abilità necessarie per utilizzare in maniera corretta ed efficace i nuovi canali di comunicazione offerti dall'evoluzione tecnologica e aumentare efficienza ed efficacia dei processi di marketing e vendite.

Il Percorso è così articolato:

- ✓ **Corso Base (interaziendale o aziendale)** consente di acquisire le competenze necessarie a utilizzare tatticamente i vari canali della comunicazione e del marketing digitale e a conoscere le logiche e gli strumenti di monitoraggio dei comportamenti degli utenti in rete;
- ✓ **Corso Avanzato (aziendale)** consente di definire la roadmap per la progettazione di un piano di web marketing finalizzato ai propri obiettivi di sviluppo del business. Il corso avanzato viene progettato ad hoc sulla base delle esigenze aziendali e potrà richiedere complessivamente dalle 2 alle 5 giornate di formazione/consulenza a seconda delle dimensioni e dei fabbisogni aziendali.

Corso Base: Fare Business con i Social Networks e il marketing digitale

[contesto]

- Il paradigma del commercio elettronico come lo abbiamo sperimentato nella prima decade del nuovo millennio è ormai superato, stiamo assistendo a importanti cambiamenti comportamentali dell'utente acquirente sul web. Il corso condensa in un'unica guida quanto è necessario sapere per:
- Comprendere il cambio di paradigma che l'affermarsi della rete e dei social media nelle pratiche d'uso di milioni di consumatori impone alla comunicazione aziendale
- Acquisire tutti gli strumenti e le abilità necessarie ad utilizzare in maniera corretta ed efficace i nuovi canali di comunicazione offerti dall'evoluzione tecnologica e dagli ambienti 2.0

[sei vuoi essere in grado di ...]

- Affrontare le fasi necessarie alla realizzazione di attività di comunicazione e marketing integrate attraverso il web ed i social media
- Conoscere le logiche e gli strumenti attraverso i quali è possibile monitorare i comportamenti dei visitatori sui siti aziendali, individuare gusti e preferenze dei consumatori
- Gestire la reputazione aziendale e comprendere il proprio posizionamento competitivo attraverso la Web reputation e il Social Media Monitoring

[programma]

- **Sviluppo tecnologico e processi comunicativi**
 - ✓ Il Web 2.0
 - ✓ Social Media e cultura convergente
 - ✓ Componenti principali del nuovo internet marketing
 - ✓ Principi e strumenti di Social Media Marketing
- **Come farsi trovare e rendersi maggiormente visibili a livello globale**
 - ✓ I vantaggi del Search Marketing
 - ✓ Ottimizzare la propria posizione nei risultati di ricerca- Search Engine Optimization (SEO)
 - ✓ Orientare i motori di ricerca con specifiche campagne di Key word advertising – Search Engine Marketing (SEM)
 - ✓ Rendere rintracciabili dai dispositivi di geolocalizzazione le proprie sedi o punti vendita- Mobile Search Marketing
- **Gestire la Reputazione aziendale**
 - ✓ La Brand Reputation nell'era del Web
 - ✓ Il processo di ascolto, monitoraggio e valutazione
 - ✓ La gestione di social media crisis: alcune case histories
- **Analisi dei pubblici digitali e profilazione dei visitatori**
 - ✓ Metodologia di analisi del traffico di un sito – Web Analytics
 - ✓ Analisi delle visite
 - ✓ Indicatori di successo del sito: Conversioni e tasso di conversione, CPV, CPA e ROI
 - ✓ L'analisi delle conversazioni online – Social Media Monitoring
 - ✓ Obiettivi e tipologie di monitoraggio dei Social Media
- **Ottimizzare l'esperienza di visita sul proprio sito**
 - ✓ Concetti di Usabilità per il Web Marketing
 - ✓ Usabilità e Social Media: regole basilari
 - ✓ Perché il mio sito non porta business: usabilità e Web Analytics
- **Inviare messaggi personalizzati ai soggetti-consumatori**
 - ✓ Newsletter, Direct Email Marketing e Email transazionali
 - ✓ Email e social media
 - ✓ Interpretare i risultati di un invio
- **Il marketing non convenzionale online**
 - ✓ Viral Marketing, buzz e WOM
 - ✓ Mobile Marketing

Corso Base: Fare Business con i Social Networks e il marketing digitale

[docente]

- **Maria Stella Bruno.** Esperienza pluriennale in area commerciale con ruoli di Business Development Executive per Smarter Commerce e Enterprise Marketing Management Services ed ISS Sales Manager in IBM Global Services. Key Account Executive e CRM Offering Manager in alcune delle maggiori società di consulenza manageriale: PriceWaterhouseCoopers Consulting, Cap Gemini e Accenture.

[a chi si rivolge]

- Imprenditori PMI, Responsabile Marketing, Responsabile Commerciale, web Marketing Manager, Product e Brand Manager.

[fasi e durata del corso]

L'attività formativa è così articolata:

- In aula: durata 8 ore

[calendario edizioni interaziendali 2013]

Edizioni*	Luogo	Data	Orario
MKT 01	Torino	Ven 10 maggio	9-13 / 14-18
MKT 02	Torino	Sab 11 maggio	9-13 / 14-18
MKT 03	Roma	Ven 24 maggio	9-13 / 14-18
MKT 04	Roma	Sab 25 maggio	9-13 / 14-18

- **Edizioni:** saranno programmate edizioni, in funzione delle adesioni, anche presso le sedi di Milano, Bologna, Napoli, Bari.
- **Dove/Quando:** per le imprese con un numero minimo di 5 partecipanti è possibile realizzare il corso direttamente presso l'azienda in date concordate ad hoc.

[costi]

- **Edizione interaziendale**
€ 300,00 + IVA
Il costo è interamente finanziabile con i Fondi Interprofessionali

[adesioni]

- Entro **20 giorni** prima dell'inizio dei corsi .

[per informazioni e iscrizioni]

- Tel: **011.5216245** - Skype: **consorzioacia**
- Mail: **info@consorzioacia.com**