

SCHEDA CORSO

MARKETING DIGITALE E SOCIALMEDIA MARKETING



PERCHE' ISCRIVERSI	Conoscere i media, i canali e gli strumenti con cui è necessario misurarsi per vincere la sfida del marketing digitale. Imparare ad elaborare un piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento, delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere on line, dei canali social utilizzati entrando in sintonia con i clienti in un'ottica multicanale, online e offline. Imparare ad ottimizzare la presenza di un'azienda sul Web e a pianificare campagne digitali vincenti.
DURATA	120 ore (84 ore di aula + 36 ore di stage)
CALENDARIO INCONTRI	Novembre e Dicembre 2021
ORARIO	Le lezioni del corso si terranno 3 giorni la settimana in orario 15-19 Il calendario completo del corso è disponibile presso gli uffici dell'agenzia formativa
SEDE	Le lezioni si svolgeranno a distanza in modalità videoconferenza tramite la piattaforma didattica di Google e saranno fruibili da qualsiasi computer smartphone e tablet con un collegamento internet. Nel caso fosse comunicata la fine dell'emergenza sanitaria durante il periodo di erogazione del corso sarà data ai partecipanti la possibilità di scegliere se continuare a seguire il corso a distanza o frequentare le lezioni in presenza presso il laboratorio informatico messo a disposizione degli utenti (Arezzo, Via Stoppani 6/8).
CONTENUTI	ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DEL SITO DI E-COMMERCE (30 ore) 1) Tipologie di commercio elettronico e relativi strumenti e metodi di gestione; Definizione di e-commerce ed e-business; Scelta tecnologica: piattaforme proprietarie o outsourcing; Marketplace, Pureplayer, E-retail

	<p>2) La “vetrina del negozio virtuale”: usabilità del sito web commerciale; Tecnologie applicate all'e-commerce: tools e sistemi di Content Management per la gestione del sito commerciale; Scelta tra le diverse piattaforme tecnologiche; Creazione e gestione di categorie, prodotti, pagine di dettaglio; Utilità e usabilità dei contenuti Il catalogo on line</p> <p>3) Normative e tecniche di gestione: Il quadro normativo nazionale e internazionale Il testo unico al consumo; I contratti di vendita on line; Il diritto di recesso; Cookies (direttiva e privacy); I metodi di pagamento e i sistemi di incasso in Italia e all'estero; Trattamenti fiscali delle vendite on line</p> <p>RILEVAZIONE DEL FEEDBACK E CONTROLLO DELL'ATTIVITA' (24 ore)</p> <p>1) Visibilità sul Web; Utilizzo avanzato e sintassi di ricerca nei principali motori – Indicizzazione; Search Engine Optimization (SEO) per la visibilità sui motori di ricerca</p> <p>2) Cura del cliente on line; La customer care del servizio clienti: costi e benefici; Il Customer Relationship Management (CRM); Tecniche di rilevazione della customer satisfaction</p> <p>3) Rilevare e interpretare i feedback della Rete; Verifiche quantitative: accessi, transazioni, impatto economico; Verifiche qualitative; Verifica e miglioramento della reputazione di rete (Web reputation)</p> <p>TECNICHE E STRUMENTI DEL MARKETING DIGITALE (30 h)</p> <p>1) - Introduzione al marketing digitale, Il web marketing “tradizionale”; Introduzione al marketing non convenzionale (guerrilla, product placement, buzz marketing, ambush marketing, ambient marketing, marketing virale, temporary shop) Le 4 P digitali (price, product, placement, promotion) I canali di acquisizione traffico: SEO, SEM, DEM, Affiliate Marketing e Display Advertising; Strumenti e metodi per la gestione del Marketing Virale</p> <p>2) Social Media Marketing: analisi dettagliata dei social network e servizi più utilizzati dalle aziende per la comunicazione e pubblicità: Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest, Foursquare; Utilizzo delle piattaforme di social Networking per la diffusione di campagne pubblicitarie e promozione aziendale</p> <p>3) Mobile Market Commerce; La diffusione degli smartphone e tablet come strumenti commerciali; Logiche del business; Definizione del piano strategico; Definizione e valorizzazione degli obiettivi; Identificazione delle risorse interne; Suddivisione del budget per strumenti; Metodi di rilevazione dei risultati mobile commerce - navigazione su mobile site e app</p> <p>4) Esercitazione di project work: elaborazione del piano di web marketing</p>
CERTIFICAZIONE RILASCIATA	Certificato di competenze di Regione Toscana riferito alle UC 868 “Definizione del piano di marketing” e 894 “Sviluppo dell'applicazione di e-business”
EVENTUALI VINCOLI DI ACCESSO	Maggiore età e buona conoscenza della lingua italiana (A2 per gli allievi stranieri)
INFO ED ISCRIZIONI	<p>CESCOT AREZZO SRL, VIA FIORENTINA 240 – AREZZO TEL. 0575/984312 MAIL cescot.arezze@confesercenti.ar.it WEB www.cescotarezzo.it FACEBOOK cescot arezzo agenzia formativa</p>