

1 MODULO: Marketing

- Il Marketing in azienda: di cosa si occupa, di cosa dovrebbe occuparsi
- Come si è evoluto dalla sua nascita, dagli anni 50 ad oggi con Internet e i Social Network
- Le 4P: sono ancora valide?
- Le nuove aree di intervento del Marketing odierno: il B2B e il Trade Marketing
- La politica della comunicazione: promozione e la sua evoluzione con Internet
- Il Piano di Marketing in un'ottica integrata

2 MODULO: Fondamenti di Internet Marketing (IM)

- Leads-prospect-customers
- Affiliate marketing o promuovere prodotti propri?
- Identificare la propria nicchia
- Studiare la concorrenza sul Web. Studiare il proprio target
- Analizzare la demografia del proprio target
- Usare FB per studiare la demografia
- Usate Market Samurai per lo studio delle parole chiave da applicare al proprio target
- Capire il SEO (Search Engine Optimization)
- Come funziona Google Ads aprire il SEO (Search Engine Optimization)
- Incrociare i dati e tracciare il piano d'azione

3 MODULO: Applicazioni di Internet Marketing

- Wordpress, landing pages, squeeze pages, sandwich pages e sales pages
- SEO e SEM, servizi crowd sourcing a basso costo
- Split Test: cosa sono e perchè applicarli ad ogni azione di IM
- Google per web master

4 MODULO: Social Media Marketing

- Social Network Advertising: come realizzare una campagna Facebook
- Campagne Adwords: come realizzare una campagna adws
- Analisi dei risultati

5 MODULO: E-Commerce

- Nuovi strumenti per l'e-commerce e impatto sui processi aziendali
- Progettare una strategia di e-commerce
- Posizionamento di prodotti e servizi
- Comunicazione e promozione

6 MODULO: Web Reputation e Branding

- Ascoltare e capire la rete
- Web Reputation
- Strumenti e attività per il corretto utilizzo e la visibilità sulla rete
- Personal Branding e Corporate Branding, Case history

7 MODULO: Mailing List e Simulazione

- "Over my shoulders"
- E-mail marketing, coinvolgimento e fidelizzazione
- Autoresponder
- Attività applicative per il proprio sito Web