



WEB MARKETING E COPYWRITING

(120 Ore)

Obiettivi: L'obiettivo è quello di formare tutti coloro che intendono operare all'interno del settore della comunicazione online come **esperti di Strategie di marketing Digitale** nonché di **Content Media Manager**, al fine di acquisire competenze specialistiche, tecniche e capacità organizzative utili a produrre e gestire contenuti di pagine social, siti web ed e-commerce che possano accrescere sia l'immagine che il business di un'azienda, con particolare attenzione alle ultime novità sul web marketing e alla gestione di un proprio business online.

Modulo 1 (4h teoria - 4h pratica) *Metodo e Strategie sul Web*

Come cambia la pubblicità; Cos'è il web marketing e quali strategie digitali applicare; Principi di comunicazione; Come vengono recepite le informazioni; La comunicazione scritta e visiva; L'importanza della sintesi; I contenuti creativi sul web; L'analisi del sentiment: opinioni dei clienti sul brand e strumenti per restare in ascolto; Come catturare la clientela sul web e come fidelizzarla. Caratteristiche generali di blog e siti; Esempi positivi e cose da non fare sul web; Studio delle categorie di un sito web e delle sotto categorie.

Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) *L'Inbound Marketing e il Content Marketing*

Definizione di Inbound Marketing e di Content Marketing; Il funnel di vendita; Il metodo AIDA; Dalle Personas ai contenuti; Il content marketing comportamentale; Il neuro marketing per influenzare le decisioni degli utenti; Portare l'utente verso la conversione: dall'attenzione all'acquisto. Come creare le buyer personas; Cos'è un Lead e come raggiungerlo; Come fidelizzare il cliente; Il Cross Selling e l'Up Selling.

Modulo 3 (8h teoria - 8h pratica) *Creazione della Digital Branding e dello Storytelling d'Impresa*

Cos'è il branding e come costruirlo; Le macroaree del brand equity; La brand positioning; La brand reputation: come raggiungerla e come conservarla; Differenze tra One brand strategy e Family brand strategy; Il metodo della Brand Building; Come creare una narrazione d'impresa efficace; Lo storytelling: come costruire una storia aziendale; Definizione di schema operativo e di hot point; Studio dei modelli narrativi: l'eroe e l'antieroe, il viaggio dell'eroe e tutte le fasi di una storia di successo.

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) *Definire un Piano Editoriale sul Web*

Calendizzare le attività; Obiettivi e pubblici di riferimento; Contenuti e frequenza di pubblicazione; Strategie e tecniche; SEMRush e SeoZoom: come misurare le parole più cercate su un motore di ricerca; Come costruire l'alberatura di un sito web; Differenze tra sito e blog; Cos'è un blog integrato e quando utilizzarlo; Dalle keyword generiche a quelle specifiche; Ricerche informazionali, commerciali e navigazionali: differenze ed esempi pratici.

Modulo 5 (8h teoria - 8h pratica) *Come creare un Blog con Wordpress in ottica Seo*

Utilizzo pratico di WordPress; Come creare una pagina e un articolo; Definire l'alberatura di un sito; Il Permalink e la Sitemap; I Plugin e i Widget; Indicizzare e posizionare; Scelta delle parole chiave e produzione costante dei contenuti in ottica Seo; Scrivere in ottica Seo: i macro e i micro argomenti; Contenuti freddi e contenuti caldi: il mix di contenuti. Come fare keyword research usando le mappe mentali; La link building: cos'è e come applicarla sul vostro blog; ottimizzazione On Site e Off Site; ottimizzazione On Page; Le palette colori: l'importanza di scegliere e utilizzare al meglio i colori in un sito web.

Modulo 6 (8h teoria - 8h pratica) *Web Marketing: come monetizzare le attività online e analizzare i dati*

Come creare le unità pubblicitarie con Google Ads; Il traffico a pagamento: Come fare gli annunci rete ricerca e rete display; Cos'è Il pay per click, il pay per impression e il pay per lead; Marketing per i motori di ricerca: il Sem; Come funziona l'asta per il Sem. Il remarketing; Come segmentare il pubblico e utilizzarlo al meglio; Google Analytics e Google Search Console: come analizzare i dati di traffico sul nostro sito.

Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) *L'Email Marketing: funzioni e caratteristiche*

A cosa serve l'email-marketing; Servizio di email-marketing; Come scrivere una email di successo; Come gestire le campagne email; Come evitare i filtri Antispam; Scrivere storie accattivanti per aprire le email; Email diverse per pubblici di riferimento diversi: il funnel - I segreti delle mail promozionali: scopri come prendere l'ispirazione per convertire le tue mail in vendite; Mail Chimp e/o altri software di automazione: come creare campagne Dem e liste di utenti. Come creare una Landing Page da Mail Chimp.

Modulo 8 (8h teoria - 8h pratica) *Le Tecniche di Scrittura Persuasiva*

La piramide rovesciata e le 5 W; Il vintage marketing; Il retro marketing; Il real time marketing: come rendere virali le notizie; Il newsjacking: come si "cavalca" una notizia; L'expository writing: le 3 fasi della struttura espositiva dei nostri contenuti. Scrivere per il web: dal title alla meta description; Come ottimizzare l'articolo di un blog; Come scrivere in ottica Seo; Studio delle tecniche per scrivere titoli efficaci.

Modulo 9 (8h teoria - 8h pratica) *La figura professionale del Copywriter*

Differenza tra copywriter creativo e copywriter persuasivo; Come scrivere velocemente e in maniera efficace; Le Powerwords: le parole ipnotiche che scatenano emozioni; Scrivere pubblicità come se fossero storie; La tecnica dell'ancora o dell'uncino; La scelta e il potere delle immagini; Come identificare e comunicare la unique selling proposition; Il copywriter in una e-commerce: ruolo e strategie comunicative.

Modulo 10 (8h teoria) *Moduli Obbligatori*

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria)

Diritti e Doveri dei Lavoratori in Somministrazione (4h teoria)