

CORSO DI SEO SPECIALIST (120 Ore)

Obiettivi: Il corso mira a far acquisire le competenze base per la progettazione, creazione e gestione di contenuti testuali destinati a progetti web. La didattica insisterà sulla pratica di ottimizzazione SEO del contenuto scritto, compresa la sua gestione all'interno del sito, nonché sulle opportunità di marketing che i contenuti testuali offrono, se pianificati e realizzati secondo logiche strategiche. Saranno forniti cenni di link-building, per meglio comprendere il ruolo dei contenuti nella strategia di crescita SEO di un sito. I partecipanti apprenderanno i basilari strumenti utili alla pianificazione dei testi, secondo le logiche dei trend topic, oltre a familiarizzare con le funzioni della piattaforma WordPress, dedicati all'editing di articoli, alla gestione di categorie e TAG. L'obiettivo è formare una figura professionale attualmente molto richiesta dal mercato del lavoro (web content writer, Jr SEO Copywriter) in grado di strutturare, produrre e gestire testi efficaci per un sito web. Le attività pratiche, proposte ai partecipanti in aula, e alcune lezioni frontali, sono pianificate per affrontare aspetti pratici del lavoro che il professionista è chiamato a svolgere.

Modulo 1 (8h teoria) *Introduzione al corso: dal Web 1.0 al Web 4.0*

Aggiornamenti algoritmo di Google: come è cambiata la SEO dal 2000 ad oggi - Web semantico: ontologie e attributi - Rank Brain e Search Intent - TOPIC e KEYWORD: Come individuare le keyword e come classificarle - Come individuare e gestire il Topic per il posizionamento - Come fare la keyword research - Ottimizzazione On-page - Ottimizzazione On-Site e Off-Site.

Modulo 2 (8h teoria - 8h pratica) *Strumenti del SEO Copywriter*

Strumenti on-line gratuiti per la pianificazione del contenuto - Esercitazione: dato un progetto, utilizzare gli strumenti per individuare i topic da sviluppare e le keyword che compongono il corredo semantico della strategia di posizionamento. Presentazione di un piano editoriale coerente ed efficace.

Modulo 3 (8h teoria - 8h pratica) *I principali Tool per fare SEO*

Il monitoraggio dei dati: da Google Analytics a Google Search Console - SeoZoom e SemRush: misurare le parole più cercate su un motore di ricerca - Google Suggest, Google Trends, Ubersuggest, Hootsuite: analizzare le correlazioni per i nostri contenuti - Screaming Frog: il tool principale per analizzare i competitor e per capire come vengono scansionate le pagine dallo spider di Google - I dati strutturati con schema.org: cosa sono e come funzionano - I breadcrumbs: cos'è un menu agile e come si installa su WordPress.

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) *Il calendario editoriale*

Obiettivi e pubblici di riferimento - Contenuti e frequenza di pubblicazione - Strategie e tecniche - Da Feedly a Google Alert: i principali aggregatori per trovare contenuti interessanti per le nostre attività di business - Esercitazione: creare un calendario editoriale.

Modulo 5 (10h teoria - 10h pratica) *Dalla pianificazione alla scrittura del contenuto*

Le 5 W - TAG Title e TAG Metadescription - Struttura del testo - Il campo semantico e le query - La Call To Action - Esercitazione: scrivere title e metadescription di articoli già pubblicati - FUNZIONE DEL BLOG IN UN SITO AZIENDALE: Case history - Esercitazione: scrivere secondo le linee guida esposte, uno degli articoli pianificati nell'esercitazione.

Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) Pubblicazione del contenuto su piattaforma CMS

Wordpress: gestione degli elementi grafici; ottimizzazione attraverso i plug-in; controllo SEO del testo e delle immagini (di Wordpress si vedrà solo l'interfaccia per la gestione dei contenuti, nulla riguardo la programmazione di un sito web) - Esercitazione: inserire su Wordpress il testo scritto nell'esercitazione - Esercitazione: dato un testo scritto da terzi, ottimizzarlo nella parte testuale e caricarlo su Wordpress completandone la formattazione.

Modulo 7 (4h pratica) Gestione dei link

Cenni di link building: gestione dei link esterni e dei link interni - Tassonomie: gestione dei TAG.

Modulo 8 (8h teoria - 8h pratica) Content Marketing

Cos'è il content marketing: declinazioni e applicazioni - Guest post: gestione efficace - Case history - Elementi di Storytelling: comunicare attraverso la narrazione - Esercitazione: Dato un brand cliente, pianificare e scrivere un guest post, identificando il portale ospitante.

Modulo 9 (8h teoria - 8h pratica) Inbound Marketing

Cos'è l'Inbound Marketing: definizione e obiettivi - Analisi Swot - Definire le buyer personas - Le 4 fasi di un funnel di vendita online: attrarre, convertire, concludere, fidelizzare - Come costruire Landing Page efficaci - Domanda latente e consapevole: strategie differenti per pubblici differenti - Dal Lead Magnet al Profit maximizer: tecniche per scalare un funnel di vendita - Il metodo Matrioska in una vendita online - Esercitazione: Come fare Lead Generation per attirare utenti trasformandoli in clienti.

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)