

Corso di Seo Specialist, Google Ads e Google Analytics (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. Non mancheranno i moduli di Google Ads e di Google Analytics, per interpretare i dati analitici provenienti dal traffico dei siti web e imparare a gestire campagne di advertising e di remarketing attraverso la principale piattaforma di Google.

L'obiettivo è formare una figura professionale attualmente molto richiesta dal mercato del lavoro (web content writer, SEO Copywriter, Google advertiser) in grado di strutturare, produrre e gestire testi efficaci per un sito web e di promuovere campagne pubblicitarie.

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 e Inbound Marketing

Strumenti online gratuiti per la pianificazione del contenuto; 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: Dato un progetto, utilizzare gli strumenti per individuare i topic da sviluppare e le keyword che compongono il corredo semantico della strategia di posizionamento. Successivamente, imparerai a fare Lead Generation per attirare utenti trasformandoli in clienti.

Modulo 3 (6 h teoria – 6 h 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 (8 h teoria – 8 h 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.2

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 (6h teoria – 6 h pratica) Content Marketing e Linkbuilding

Cos'è il content marketing: declinazioni e applicazioni - Guest post: gestione efficace - Case history - Elementi di Storytelling: comunicare attraverso la narrazione. Cos'è la linkbuilding; link interni e link esterni; cos'è la link juice; link naturali e link a pagamento; i principali tool per la linkbuilding

Esercitazione: Dato un brand cliente, pianificare e scrivere un guest post, identificando il portale ospitante.

Modulo 8 (8 h teoria - 8h pratica) Google Analytics – utilizzo dei dati analitici a fini di business

Come collegare Google Analytics al vostro sito; come leggere i dati analitici; come creare filtri e obiettivi; cosa sono le Viste e come crearle; come collegare Google Analytics a Google Ads; come creare il codice di monitoraggio; creazione dei segmenti di pubblico personalizzati e panoramica del pubblico; analizzare i dati di una e-commerce; cos'è l'account dimostrativo di Google Analytics e come utilizzarlo.

Esercitazione: collegherai il tuo sito a Google Analytics, imparerai a leggere i dati analitici, setterai il tuo account in base alle necessità di business che vorrai analizzare, e imparerai a comprendere come tracciare i segmenti di pubblico per gestire al meglio campagne pubblicitarie direttamente dal tuo sito web.

Modulo 9 (8 h teoria – 8 h pratica) Google Ads – gestione di campagne pubblicitarie su Google

Gestire una campagna rete ricerca di Google Ads posizionando le parole chiave; conoscere le corrispondenze secche, a frase ed esatte delle keyword; comprendere il budget da investire sulle pubblicità; creare campagne rete display, youtube e shopping; imparare le dinamiche di una pubblicità business local; aggiustare le offerte manualmente o attraverso le automazioni di Google; conoscere le dinamiche del remarketing e creare segmenti di pubblico personalizzati attraverso la piattaforma.

Esercizio: Svilupperai campagne pubblicitarie su Google Ads, spaziando dalle Rete Ricerca a quelle Display. Imparerai a creare campagne di remarketing, gestendo al meglio il tuo budget di spesa.

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)