COPYWRITING PROFESSIONALE E CHATGPT PER CONTENT EDITOR (80 Ore)

Obiettivi dell'intervento formativo: 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. Non mancherà un'**ampia panoramica su OPEN AI ChatGPT**, per conoscere le nuove frontiere dell'intelligenza artificiale e l'impatto che inevitabilmente avrà sulla professione del copywriter e, in generale, su tutta la comunicazione d'impresa.

MOD. I – METODO E STRATEGIE SUL WEB

(4 ore teoria - 4 ore di pratica)

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.

MOD. II – L' INBOUND MARKETING E IL CONTENT MARKETING

(4 ore di teoria 4 ore di pratica)

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.

MOD. III – CREAZIONE DELLA DIGITAL BRANDING E DELLO STORYTELLING D'IMPRESA

(8 ore di teoria 8 ore di pratica)

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.

MOD. IV – DEFINIRE UN PIANO EDITORIALE SUL WEB

(4 ore di teoria 4 ore di pratica)

Calendizzare le attività; Obiettivi e pubblici di riferimento; Contenuti e frequenza di pubblicazione; Stategie 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.

MOD. V– COME CREARE UN BLOG CON WORDPRESS

(8 ore di teoria 8 ore di pratica)

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; I macro e i micro argomenti; Contenuti freddi e contenuti caldi: il mix di contenuti; Le palette colori: l'importanza di scegliere e utilizzare al meglio i colori in un sito web.

MOD. VI – ChatGPT per il Copywriting: come utilizzare OPEN AI nella scrittura e nella comunicazione aziendale

(8 ore di teoria 8 ore di pratica)

Come scrivere articoli per il Blog con ChatGPT; Come riformulare ed espandere un testo; Come utilizzare i Large Language Models (LLM); Cosa sono e come si implementano i Prompt; Come creare Prompt a risposta aperta, a risposta chiusa e di completamento; Toni, stili e audience con OPEN AI; Cos'è il playground; Parametri del playground; Generare oggetti e lettere di vendita per e-mail; Generare comandi per LinkedIn; Creare post sui social con ChatGPT; Introduzione al funzionamento di Dall-E2, capace di generare immagini basate su un input di testo.

MOD. VII – L'EMAIL MARKETING: FUNZIONI E CARATTERISTICHE

(4 ore di teoria 4 ore di pratica)

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; Cenni su Mail Chimp e/o altri software di automazione; Come creare una Landing Page da Mail Chimp.

MOD. VIII – LE TECNICHE DI SCRITTURA PERSUASIVA e cenni di NEUROMARKETING

(8 ore di teoria 8 ore di pratica)

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; Cos'è l'emotional journey; Come studiare gli stadi psicologici del cliente; L'importanza della comunicazione persuasiva applicata al content marketing; Consigli utili per ottimizzare la User experience in chiave persuasiva

MOD. IX – LA FIGURA PROFESSIONALE DEL COPYWRITER

(8 ore di teoria 8 ore di pratica)

Differenza tra copywriter creativo e coprywriter 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'àncora 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.