

SEO SPECIALIST CHATGPT ASSISTANT PER SEO & GOOGLE ADS (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, per imparare a gestire campagne di advertising e di remarketing attraverso la principale piattaforma di Google. E, ultima novità di settore, utilizzare Open AI CHATGPT come prezioso assistente virtuale per la Seo. 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; Le 4 fasi di un funnel di vendita online: attrarre, convertire, concludere, fidelizzare; 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 (4 h teoria – 4 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 (8 h teoria – 8 h pratica) CHATGPT Assistant per Seo

Come utilizzare ChatGpt nella Seo; Cosa sono i Prompt e come utilizzarli per una strategia Seo efficace; Cosa sono i modelli e come utilizzarli con Open AI; Progettare input per generare elenchi di parole chiave; Progettare Prompt per generare articoli commerciali; Scrivere Prompt per descrivere prodotti; Imparare a costruire prompt complessi; Imparare a incrociare i dati cercati personalmente con quelli prodotti da Open AI.

Esercitazione: Scrivere Prompt utili per la Seo e imparare a conoscere i modelli forniti da Open AI.

Esercitazione: Incrociare i dati raccolti con le tecniche classiche di ricerca con quelli generati dall'intelligenza artificiale.

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; Lo Snippet; Gli heading; Realizzare una Keyword Research con le mappe mentali; Cosa sono i dati strutturati e come implementarli nella Seo; Cosa sono i breadcrumb e come inserirli nel vostro progetto di business.

Esercitazione: Realizzare la Keyword research di un progetto di gruppo attraverso l'utilizzo delle mappe mentali.

Esercitazione: Scrivere articoli in chiave Seo secondo le linee guida date in classe e seguendo la keyword research realizzata in aula

Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) Pubblicazione dei contenuti 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: Una volta scritto un articolo, 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 (4 h teoria – 4 h pratica) Cenni di Google Analytics - analisi dei dati a fini di business

Come collegare Google Analytics al vostro sito; Come leggere i dati analitici; Come collegare Google Analytics a Google Ads; Come creare il codice di monitoraggio; Come creare segmenti di pubblico personalizzati e panoramica del pubblico; L'account dimostrativo di Google Analytics e come utilizzarlo; Differenza tra Google Universal Analytics e il nuovissimo Google Analytics 4.

Esercitazione: Imparerai a creare campagne su Google Ads, 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 con Google Ads per gestire al meglio campagne pubblicitarie direttamente dal tuo sito web.

Modulo 9 (10 h teoria – 10 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 video; 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)