

COPYWRITING CREATIVO E PERSUASIVO

Obiettivi: Durante questo percorso formativo esploreremo in profondità le tecniche e le strategie che trasformano semplici parole in potenti strumenti di comunicazione e persuasione. I partecipanti acquisiranno competenze fondamentali attraverso una combinazione di lezioni teoriche e pratiche.

Il programma prevede infatti un'introduzione ai fondamenti del Copywriting, seguita da un'analisi dettagliata del pubblico target. Successivamente, ci concentreremo sulle tecniche di scrittura persuasiva e sulla formattazione dei testi per catturare e mantenere l'attenzione dei lettori.

Il corso avrà anche una parte legata alla creatività, attraverso lo studio e l'utilizzo di tecniche di brainstorming e storytelling efficace. Gli studenti impareranno come adattare il copywriting per vari canali, inclusi web e social media, e come creare campagne pubblicitarie. Inoltre, verranno affrontati aspetti cruciali come l'ottimizzazione del contenuto e lo studio delle principali tecniche di Neuromarketing.

Modulo 1: Introduzione al Copywriting (8 ore)

Parte Teorica:

Fondamenti del Copywriting

- Definizione e importanza del copywriting
- Differenze tra copywriting persuasivo e creativo
- Esempi di copywriting di successo

Parte Pratica:

Conoscere il Pubblico

- Identificazione del target audience
- Creazione di buyer personas
- Psicologia del consumatore e comportamenti di acquisto

Modulo 2: Tecniche di Scrittura Persuasiva (8 ore)

Parte Teorica:

Principi di Persuasione

- Le leve della persuasione: reciprocità, scarsità, autorità, coerenza, simpatia, consenso sociale
- Utilizzo delle emozioni nel copywriting

Parte Pratica:

Struttura e Formattazione

- Struttura di un testo persuasivo
- Uso di titoli e sottotitoli efficaci
- Tecniche di formattazione per migliorare la leggibilità

Modulo 3: Creatività nel Copywriting (8 ore)

Parte Teorica:

Tecniche di Brainstorming

- Metodi di brainstorming individuali e di gruppo
- Tecniche per stimolare la creatività

Parte Pratica:

Storytelling

- Elementi di una storia avvincente
- Come integrare lo storytelling nel copywriting
- Esempi di storytelling di successo

Modulo 4: Scrittura per i Vari Canali (8 ore)

Parte Teorica:

Copywriting per il Web

- Scrittura per siti web e landing page
- SEO Copywriting
- Call to action (CTA) efficaci

Parte Pratica:

Copywriting per i Social Media

- Tecniche per scrivere post coinvolgenti
- Adattamento del tono di voce ai diversi social media
- Analisi di case studies di successo

Modulo 5: Copywriting per la Pubblicità (8 ore)

Parte Teorica: Copywriting per gli Annunci Pubblicitari

- Scrivere annunci per Google Ads e social media ads
- Tecniche per catturare l'attenzione immediatamente

Parte Pratica: Campagne Pubblicitarie Multicanale

- Coordinazione del copywriting su diversi canali
- Esempi di campagne pubblicitarie integrate

Modulo 6: Neuromarketing per Copywriter (8 ore)

Parte Teorica:

Introduzione al Neuromarketing

- Fondamenti del neuromarketing
- Come il cervello elabora i messaggi pubblicitari
- Principi della psicologia applicata al marketing

Parte Pratica:

Tecniche di Neuromarketing nel Copywriting

- Applicazione delle tecniche di neuromarketing alla scrittura persuasiva
- Analisi di campagne pubblicitarie di successo basate sul neuromarketing
- Strumenti e metodologie di neuromarketing

Modulo 7: Editing e Revisione (8 ore)

Parte Teorica:

Tecniche di Editing

- Principi di editing per il copywriting
- Eliminazione del superfluo e focalizzazione sul messaggio chiave



Parte Pratica:

Revisione e Ottimizzazione

- Test A/B e analisi dei risultati
- Strumenti per la revisione e l'ottimizzazione dei testi

Modulo 8: Progetto Finale (4 ore)

Parte Teorica:

Sviluppo del Progetto Finale

- Briefing per il progetto finale
- Fasi di sviluppo del progetto: ricerca, scrittura, editing

Parte Pratica:

Presentazione e Valutazione

- Presentazione del progetto finale
- Feedback e valutazione del lavoro svolto
- Conclusioni e suggerimenti per il futuro