

TECNICHE DI WEB E SOCIAL MEDIA MARKETING: PROMUOVERE L'AZIENDA IN TEMPO REALE

Torino, 8, 15, 22, 29 ottobre e 19 novembre 2018

Modulo 1 - Analisi di mercato e strumenti di indagine online

- * Introduzione ai principali strumenti di indagine per focalizzare il mercato target
- * Come analizzare il mercato in modo approfondito, efficace e gratuito: i Web & Social Media analytics;
- * Come trovare le informazioni e gli indicatori per valutare l'attendibilità e capacità di un potenziale partner commerciale (buyer, broker, importatore, distributore, etc.);

Docente: Dott.ssa Laura Di Florio

Data di realizzazione: 8 ottobre 2018 (9/13.00)

Motori di ricerca, social network e piattaforme e-commerce

*Come sfruttare Google, Yandex, Baidu e Naver per quantificare in modo realistico la domanda e l'offerta nella nostra nicchia commerciale:

- in Europa
- in mercati extraeuropei quali Russia, Cina, Corea

Docente: Dott.ssa Laura Di Florio

Data di realizzazione: 8 ottobre 2018 (13.45/17.45)

* *Analisi della concorrenza e digital benchmarking*

*Come valutare il reale presidio di mercato estero dei nostri competitor dalla loro comunicazione online e dalla loro web reputation;

Docente: Dott.ssa Laura Di Florio

Data di realizzazione: 15 ottobre 2018 (9/13.00)

* *Come individuare potenziali clienti e stakeholder attraverso l'uso di strumenti web, social e big data*

*La profilazione del cliente

*Come identificare il profilo del nostro cliente perfetto e migliorare la nostra offerta e il nostro branding internazionale con i Social Media Insights & i Buzz Analytics

Docente: Dott.ssa Laura Di Florio

Data di realizzazione: 15 ottobre 2018 (13.45/17.45)

Modulo 2 - La promozione virtuale dell'azienda

Dal marketing tradizionale al marketing digitale

*Comunicazione: Qualche premessa e le basi per una strategia integrata

- L'evoluzione del contesto comunicativo: alcune riflessioni su ieri, oggi e ... domani ?
- Il riferimento della comunicazione d'impresa: il profilo cliente ed il mercato potenziale
- Un processo dinamico da costruire: dalla relazione alla fidelizzazione
- La collocazione dell'offerta: la promozione dell'impresa e la proposta del valore

Docente: Dott. Umberto Mosca

Data di realizzazione: 22 ottobre 2018 (9/13.00)

Lo storytelling per la valorizzazione del brand e dell'azienda - Linguaggio analogico e linguaggio digitale

- La propagazione del messaggio: le tecniche di marketing non convenzionale, virale e digitale, il passaparola

Docente: Dott. Umberto Mosca

Data di realizzazione: 22 ottobre 2018 (13.45/17.45)

La strategia web-marketing: la scelta degli strumenti

*La comunicazione sul Web, dalle forme tradizionali alle forme innovative

- La strategia Web marketing: l'approccio cross-mediale ovvero il messaggio d'impresa su media e supporti differenti
- Due elementi essenziali: il Web site come hub e l'email come elemento di comunicazione e di informazione

Il sito web aziendale

*La presenza sul WEB e gli strumenti del marketing partecipativo ed interattivo

- Il mondo Social nelle imprese
- La rete come network e come condivisione
- I social network e l'uso per le imprese

Docente: Dott. Michele Mannucci

Data di realizzazione: 29 ottobre 2018 (9/13.00 - 13.45/17.45)

E-commerce

*Non solo comunicazione

L'e-commerce e le opportunità per le PMI

VERIFICA FINALE: 2 ORE

Docente: Dott. Michele Mannucci

Data di realizzazione: 19 novembre 2018 (9.13 - 13.45/17.45)