

**TECNICHE DI WEB E SOCIAL MEDIA MARKETING:  
PROMUOVERE L'AZIENDA IN TEMPO REALE**  
Torino, 29 settembre– 6, 13 e 20 ottobre 2017

**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. Michele Mannucci**

**Data di realizzazione: 29 settembre 2017 (9/12.45)**

**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. Michele Mannucci**

**Data di realizzazione: 29 settembre 2017 (13.30/17.45)**

**\* 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. Michele Mannucci**

**Data di realizzazione: 6 ottobre 2017 (9/12.45)**

**\* Utilizzo dei Social Media per la profilazione del cliente ideale**

**Brand marketing**

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. Michele Mannucci**

**Data di realizzazione: 6 ottobre 2017 (13.30/17.45)**

## 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. Massimo Gargini**

**Data di realizzazione: 13 ottobre 2017 (9/12.45)**

### 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

### Lo story telling 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. Massimo Gargini**

**Data di realizzazione: 13 ottobre 2017 (13.30/17.45)**

### 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. Massimo Gargini**

**Data di realizzazione: 20 ottobre 2017 (9/12.45)**

### E-commerce

\*Non solo comunicazione

L'e-commerce e le opportunità per le PMI

### VERIFICA FINALE: 1 ORA

**Docente: Dott. Massimo Gargini**

**Data di realizzazione: 20 ottobre 2017 (13.30/17.45)**