

WEB MARKETING

INTRODUZIONE

Dopo una breve introduzione ai concetti chiave del Web Marketing e dei motori di ricerca ci si concentrerà sul SEO (l'ottimizzazione per i motori di ricerca) e SEM: concetti fondamentali, la strategia vincente, errori comuni e soprattutto guide pratiche per poter cominciare subito la "scalata" ai motori di ricerca. In secondo luogo si analizzeranno i concetti fondamentali del Social Media Marketing; per poi passare ad illustrare ciascuno dei social network principali (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Google+, etc.), oltre ad una panoramica su Blog e Forum, con esempi pratici e case history di strategie di successo.

REQUISITI MINIMI

Non sono necessarie esperienze di programmazione, né competenze avanzate di sistemi operativi. Per poter partecipare al corso è sufficiente una conoscenza base della navigazione in internet (da utente medio del web).

Durata: da definire in base a obiettivi e fabbisogni del cliente

CONTENUTI

- I modulo: Internet e il web
 - La storia e l'evoluzione di internet
 - Il web 2.0 e l' "internet of things"
 - L'architettura client/server e i protocolli Internet
- II modulo: HTML/CSS
 - Introduzione all'HTML
 - I CSS 2/3 e I CMS
- III modulo: I motori di ricerca
 - I motori di ricerca
 - Come gli utenti interrogano i motori
 - Google e il Page Rank
 - Web Analytics
 - Gli strumenti di monitoraggio online: Google Analytics
 - I cookies
- IV modulo: SEO e SEM
 - L'Ottimizzazione del sito
 - I principali Tag della pagina per il posizionamento
 - L'importanza del nome a dominio
 - I principali Tag della pagina per il posizionamento
 - Il link building, il content management e i plug-in sociali
 - Google Adwords e il Keyword advertising:
 - Google Adsense
- V modulo: Web Advertising
 - Il mercato della pubblicità online
 - La teoria della coda lunga e le sue applicazioni
 - Pianificazione: come progettare una campagna di web promotion online
 - Strumenti di ADV: le più importanti forme di web advertising
 - Programmi di Affiliazione: come funzionano e come utilizzarli



- VI modulo: Social Media Marketing
 - Cosa sono i social media
 - I social network e i wiki
 - Panoramica generale sui principali social media in uso:
 - Facebook, LinkedIn, Twitter e Youtube e altri social media
 - L'utilità dei social media nella web promotion: fare marketing sui social media
 - La creazione di messaggi virali
 - La gestione dei profili sociali
- VII modulo: I motori di ricerca
 - I motori di ricerca: come funzionano e come gli utenti li interrogano
 - Google e il Page Rank
 - Tecniche di posizionamento nei motori di ricerca: SEO e SEM
 - Il link building
 - Monitoraggio e strumenti online: Google Analytics
 - I cookies
- VIII modulo: E-mail marketing
 - POP/SMTP
 - Le regole fondamentali per utilizzare al meglio l'e-mail
 - Informativa sulla privacy e consenso
 - Come utilizzare:
 - newsgroup
 - mailing list
 - newsletter
 - Come creare un database clienti per azioni di e-marketing
 - Realizzare e gestire una newsletter
 - Come realizzare e-mail efficaci
 - Le fasi di una campagna di promozione on-line
- IX modulo: Accessibilità e usabilità dei siti web
 - Le regole fondamentali per lo sviluppo di un sito web efficace e funzionale
 - I siti web orientati alla vendita online
 - Nozioni di web usability
 - Come rendere un sito funzionale e fruibile dall'utente
 - Scrivere per il Web