

Seminario

ANALISI DIGITALE DELLA CONCORRENZA E DEI MERCATI ESTERI

giovedì 3 marzo 2016

ore 9.30 – 13.00 e 14.00 – 17.00

Camera di commercio di Ravenna



Docente:

Doris Zaccaria – The Vortex

Formatrice, giornalista e content provider. Si occupa di formazione al digitale, dai Social Media Marketing, all'ottimizzazione per i motori di ricerca e le nuove tecniche di giornalismo online.

Per le aziende che intendono proporre prodotti e servizi all'estero sfruttando il marketing digitale uno dei grandi ostacoli è comprendere in che modo stimare le esigenze e le opportunità dei mercati.

Grazie all'utilizzo di alcuni strumenti digitali è possibile analizzare la richiesta di prodotti e servizi online e il grado di competitività del mercato.

Il seminario si articolerà in **quattro ore di lezione frontale** e in un **pomeriggio operativo**.

Numero MAX partecipanti totali: 15

Quota di partecipazione:

Euro 100,00 + Iva a persona (Euro 90,00 + Iva a persona per gli abbonati a International Trade 2016).

Sconto 10% a partire dal terzo partecipante aziendale iscritto al seminario.

Info: Cinzia Bolognesi, tel. 0544 481415,
cinzia.bolognesi@ra.camcom.it

Programma

Mattina

Introduzione: il digitale come strumento per valutare i mercati esteri.

L'analisi predittiva: cosa cerca il nostro pubblico potenziale?

- Google Market Finder
- Strumento per le parole chiave di Adwords
- L'ascolto dei canali social e dei blog

Il benchmarking e la competitività sul mercato: quali aziende operano nel nostro settore target?

- Come effettuare l'audit dei concorrenti in 3 passi: analisi del sito, analisi della presenza sui social, analisi della spesa pubblicitaria online
- Approfondimento su Semrush, lo strumento di marketing digitale per la valutazione del posizionamento dei concorrenti

Pomeriggio operativo:

ogni azienda dovrà far emergere in modo concreto le opportunità e criticità di un proprio mercato target.

Workshop - La scelta di un mercato estero: quali opportunità?

Attraverso l'utilizzo concreto di Semrush analizziamo la concorrenza e stendiamo un piano di marketing digitale per lanciare la nostra attività sul mercato target.

