

**Il marketing digitale per l'internazionalizzazione
(26 marzo, 28 aprile e 14 maggio 2015)**

Scheda di iscrizione

compilare e inviare al numero di fax: 0544 218731
oppure a cinzia.bolognesi@ra.camcom.it

Ragione sociale _____

Indirizzo _____

Città _____ Prov _____ Cap _____

Tel. _____ Cell. _____

e-mail _____ www. _____

Social Network utilizzati dall'azienda _____

Attività _____

Partecipante (si richiede di presentarsi al corso con portatile personale/aziendale):

e-mail (tutte le comunicazioni relative al corso e la dispensa saranno inviate SOLO a questo/i indirizzo/i):

Ci impegniamo a pagare la quota di partecipazione di Euro 300,00 + IVA, prima dell'inizio del corso. Alla mail sopra indicata riceverò la conferma di iscrizione e le indicazioni per effettuare il bonifico bancario.

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali) La informiamo che i suoi dati sono conservati nel nostro archivio informatico e saranno utilizzati solo per l'invio di materiale informativo e promozionale inerente alle nostre attività. Ai sensi dell'art. 7 della Legge, Lei ha diritto di conoscere, aggiornare, cancellare, rettificare i Suoi dati.

Data e firma _____



IL MARKETING DIGITALE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Percorso di formazione con esercitazioni

3 appuntamenti per 15 partecipanti max

Hangout: consulenza personalizzata all'azienda partecipante

26 marzo 2015

Il sito come strumento di visibilità per i mercati esteri

28 aprile 2015

**Dalla web analytics al web marketing:
come acquisire clienti stranieri**

14 maggio 2015

I Social Media e il Social Media Marketing

Docente:

Doris Zaccaria,

Consulente media digitali, The Vortex srl — Milano

Sede del corso: Camera di commercio, Viale L.C. Farini, 14, Ravenna
Quota di partecipazione: Euro 300,00 + Iva a persona per le tre giornate

26 marzo 2015 (ore 9,00 - 13,00 e 14,00 - 18,00)

Il sito come uno strumento di visibilità sui mercati esteri

- Il sito è la nostra vetrina? L'importanza del sito per stabilire relazioni, accreditare la nostra competenza nei mercati target e diventare leader di settore.
- Il piano editoriale del sito web: cosa scrivere, quando, con quali obiettivi.
- Farsi trovare sui motori di ricerca. La SEO (ottimizzazione per i motori di ricerca): tecniche, buone pratiche, casi di successo.
- L'ottimizzazione dei contenuti: come scegliere le parole chiave corrette per il nostro sito.
- Il link building e la reputazione online: come avviare collaborazioni editoriali con blog o siti esterni.
- I fattori tecnici: la velocità del sito e l'esperienza mobile.
- Le specificità della SEO per i mercati internazionali. Il dominio e i fattori tecnici. Come imparare a usare Google Global Market Finder.
- Condividere i contenuti sui differenti canali.
- I limiti della SEO: quali attività utilizzare per supportare la visibilità del nostro sito?

Esercitazione: impariamo ad ottimizzare un contenuto web su diversi mercati.

28 Aprile 2015 (ore 9,00 - 13,00 e 14,00 - 18,00)

Dalla web analytics al web marketing: come acquisire clienti stranieri

- L'importanza di misurare le attività digitali: la web analytics.
- Impariamo a utilizzare Google Analytics e Google Webmaster Tools.
- Le evoluzioni del media Internet e del panorama degli investimenti pubblicitari.
- Principali differenze tra SEO e SEM: in che modo vanno abbinati?
- I principali modelli di acquisto di comunicazione digitale: display advertising, performance marketing, e-mail marketing, search marketing.
- Focus sul Search Marketing: come usare Google Adwords per acquisire clienti nei mercati esteri.

Esercitazione: impariamo a pianificare una campagna adwords in più mercati.

- Le basi della lead generation: come acquisire contatti e costruire un database di clienti
- L'e-mail marketing: come usare al meglio le newsletter e le comunicazioni aziendali per percorrere al meglio il ciclo di vita di un cliente .

14 Maggio 2015 (ore 9,00 - 13,00 e 14,00 - 18,00)

I social media e il Social Media Marketing

- I social media nei diversi Paesi e le specificità di alcune piattaforme (es. Xing in DE).
- Definire gli obiettivi di un piano di social media marketing: acquisire il cliente, fidelizzarlo, migliorare la reputazione aziendale.
- **LinkedIn, il social network professionale:** Il profilo personale - La pagina aziendale.
 - Come utilizzare i gruppi per migliorare la reputazione aziendale e trovare nuovi contatti commerciali.
 - Come e quando utilizzare la pubblicità su LinkedIn.
 - LinkedIn Pulse e le nuove funzionalità.
 - L'importanza di un piano editoriale su LinkedIn.
- **Google Plus e Google MyBusiness: un supporto all'attività SEO:** Il profilo personale.
 - La pagina aziendale e le sue funzionalità: dall'Hangout alla visibilità online.
 - Come partecipare alle Community di Google.
 - L'integrazione con il sito e con il canale Youtube.
- **Twitter, molto più che una piattaforma di microblogging :** Il lessico e il funzionamento.
 - Come creare delle liste pubbliche e private.
 - Il piano editoriale per acquisire visibilità e mostrare la propria competenza.
 - Come è cambiato Twitter: nuovi strumenti a favore dell'impresa.
 - Come e quando utilizzare Twitter Ads.
- **Le criticità dei social media:**
 - Privacy: rischi e opportunità di essere presenti sui social media.
 - La net reputation: cosa si dice di noi in Rete?
 - L'importanza del monitoraggio della blogosfera.
 - Affrontare l'utente scontento: spunti, suggerimenti ed errori da evitare nella gestione di eventuali conflitti.

Esercitazione: gestione della crisi di reputazione on line.

HANGOUT: una guida on line per i partecipanti al corso

I partecipanti potranno richiedere un'assistenza on line (Hangout) per risolvere problemi che potranno emergere nell'applicazione di quanto imparato durante i 3 incontri.

L'Hangout potrà essere utilizzato per quesiti specifici, ma anche per verificare se esistono errori di impostazione o configurazione di una campagna o di una presenza online tali da pregiudicarne i risultati attesi.

L'Hangout vuole offrire, a chi ne ha bisogno, una guida per orientarsi nel mondo del web e imparare a rintracciare le migliori soluzioni in base ai propri obiettivi di marketing.

Il servizio è a pagamento, oltre alla quota di partecipazione ai tre incontri formativi, e non si occupa di questioni relative all'ambito informatico o tecnico.

Per Info e iscrizioni: Azienda Speciale Eurosportello - CCIAA di Ravenna
Cinzia Bolognesi, tel. 0544 481415 fax 0544 218731 - cinzia.bolognesi@ra.camcom.it