

---

# DIGITAL MARKETING FOR BUSINESS

---

BUSINESS SKILLS

## DESCRIZIONE

Il nostro corso di formazione in Digital Marketing fornisce una visione completa del panorama della comunicazione digitale, offrendo ai partecipanti una solida comprensione degli strumenti principali del marketing online per le imprese. Questo corso aziendale è progettato per coloro che desiderano espandere il proprio business attraverso una strategia multicanale efficace, anche alla luce delle novità in ambito AI. Attraverso una serie di sessioni approfondite, i partecipanti acquisiranno conoscenze fondamentali sul contesto digitale, compresi il valore di mercato, gli attori principali, le abitudini di consumo, i modelli di business e la terminologia. Impareranno inoltre a ottimizzare la presenza online utilizzando tecniche di indicizzazione sui motori di ricerca, a creare contenuti coinvolgenti per i social media e ad aumentare la visibilità attraverso campagne sponsorizzate. Durante il corso, verranno esplorate le diverse tipologie di advertising digitale, tra cui video, display, keyword advertising e social advertising, consentendo ai partecipanti di comprendere le varie opportunità offerte dal mondo della vendita online. Verranno inoltre approfonditi argomenti legati alla legalità e alla privacy, con una particolare attenzione alla protezione dei dati. Sarà, inoltre, affrontato il tema dell'influencer marketing, strumento sempre più centrale nelle dinamiche del digital marketing moderno e settore in continua evoluzione, che perciò richiede un utilizzo consapevole e strategico da parte delle aziende. Il corso si svolgerà in modalità Live Webinar, garantendo anche da remoto un'esperienza di apprendimento coinvolgente e interattiva che replica le dinamiche dell'aula reale.

## PROGRAMMA

### PROGRAMMA DIDATTICO:

#### INTRODUZIONE: MERCATO, ATTORI

- Il mercato della comunicazione digitale: trend, valori e nuovi player
- Evoluzione della fruizione digitale in Italia: comportamenti, canali e generazioni
- Digitale, quando la domanda viaggia più veloce dell'offerta
- NOVITÀ: L'intelligenza artificiale generativa (ChatGPT, Midjourney, strumenti automatizzati): cosa significa per imprese, agenzie e professionisti del marketing

#### IL CUSTOMER JOURNEY E LA COSTRUZIONE DI UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DIGITALE

- Le fasi del customer journey: micro-momenti e lo "zero moment of truth"
- Audience personas: dai microdati all'analisi predittiva
- Il contenuto come motore di business e leva di posizionamento
- NOVITÀ: AI e personalizzazione: come i dati e l'intelligenza artificiale permettono di anticipare bisogni e costruire esperienze su misura

#### MODELLI DI BUSINESS DIGITALI

- L'importanza di un modello di business digitale solido e scalabile
- Analisi dei principali modelli digitali (e-commerce, servizi, infoprodotti, SaaS, subscription)
- Validazione e test dell'idea: strumenti e metodi agili
- NOVITÀ: Prompt design e prototipazione con AI – come creare e testare idee in modo rapido con l'aiuto dell'intelligenza artificiale

#### CANALI, STRUMENTI E FORMATI

- Il ruolo dei motori di ricerca nel customer journey
- Posizionamento organico (SEO) e sponsorizzato (SEM)
- Tracciamento, KPI e attribuzione
- NOVITÀ: Search Generative Experience, AI content writing per la SEO, e strumenti come Surfer SEO, Jasper, SEO.ai

#### I SOCIAL MEDIA

- Social e journey: dalla scoperta alla relazione
- Piattaforme, algoritmi, traffico e lead generation
- Tracciamenti e KPI
- NOVITÀ: Intelligenza artificiale per la creazione di contenuti (copy, immagini, video), gestione automatizzata della community, e analisi dei trend in tempo reale

#### E-MAIL MARKETING E CRM

- E-mail marketing come leva di fidelizzazione e ottimizzazione del budget
- Il ruolo del CRM nella costruzione di una relazione continuativa
- Tracciamenti e KPI
- NOVITÀ: Sistemi di automazione intelligenti (Klaviyo, Mailchimp AI, ActiveCampaign) per personalizzare in

automatico testi, offerte e invii

## E-COMMERCE: OPPORTUNITÀ E FATTORI CHIAVE PER LA VENDITA ONLINE

- Opportunità offerte dal commercio elettronico: trend e mercati
- Fattori critici di successo: UX, logistica, customer care
- Proprietario o marketplace? Pro e contro
- Iniziare a vendere online: step operativi
- NOVITÀ: AI applicata all'e-commerce: product recommendation, chatbot conversazionali, gestione automatizzata di prezzi, stock, customer service

## DALL'IDEA, AL PROGETTO, AL FATTURATO

- Ridurre tempi e aumentare efficienza con metodi agili (Scrum, Kanban)
- Make or buy: scegliere cosa delegare e cosa tenere internamente
- Web analytics e KPI fondamentali per guidare il business
- NOVITÀ: AI per il project management e l'analisi dei dati: da Notion AI a strumenti predittivi per la pianificazione e il reporting

INFLUENCER MARKETING (in partnership con ALMED – Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano)

### 1. FONDAMENTI E STRATEGIA

- Introduzione all'Influencer Marketing
  - Definizione e meccanismi di funzionamento
  - Opportunità specifiche per le PMI vs grandi brand
- Strategie B2B vs B2C
  - Differenze negli approcci e nelle tattiche tra B2B e B2C
  - Scelta delle piattaforme in base al target
- Opportunità e Rischi
  - ROI atteso per diverse tipologie di business
  - Errori comuni da evitare
  - Quando l'influencer marketing NON è la soluzione giusta

### 2. SELEZIONE E GESTIONE DEGLI INFLUENCER

- Criteri di Selezione Strategica
  - Oltre i numeri: engagement rate, qualità dell'audience, brand alignment
  - Micro vs macro influencer: pro e contro per le PMI
  - Tools gratuiti e a basso costo per la ricerca e valutazione
  - Gestione diretta vs agenzia: quando scegliere cosa
- Aspetti Contrattuali e Normativi
  - Strutturazione di brief efficaci con budget limitati
  - Template di contratto base
  - Clausole indispensabili e diritti d'uso dei contenuti
  - Gestione dei pagamenti e delle tempistiche
  - Regolamentazione IAP, AGCOM e AGCM: cosa dice la legge

### 3. KPI, METRICHE E ANALISI ROI

- KPI, Metriche e Analisi ROI
  - Definizione di obiettivi SMART
  - Metriche di vanità vs metriche di business
  - Calcolo del ritorno sull'investimento
  - Tools di monitoraggio gratuiti e low-cost
  - Identificazione delle best practice dalle campagne
  - Ottimizzazione e scaling delle attività di successo

## OBIETTIVI FORMATIVI

- Sviluppare competenze strategiche nell'uso degli strumenti di marketing digitale
- Progettare e gestire campagne pubblicitarie multicanale per massimizzare l'efficacia della promozione e della vendita online
- Integrare le nuove tecnologie, come l'intelligenza artificiale, nelle strategie di marketing digitale
- Acquisire una visione completa del panorama del digital marketing comprendendone le normative vigenti in materia con particolare attenzione alla privacy

## DESTINATARI

Il corso è pensato per professionisti del settore e imprenditori che vogliono capire come far crescere il proprio business attraverso attività di marketing e comunicazione.

## DOCENTI

Docenti Faculty Assolombarda Servizi e ALMED (Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano)

## NOTE

Il corso sarà trasmesso via ZOOM.

I partecipanti iscritti riceveranno tutte le istruzioni di partecipazione e le slide del docente il giorno prima del corso.

Il corso non è video-registrato.

## REQUISITI

- Pc
- Buona connessione internet
- Microfono e webcam attivi e funzionanti

## REFERENTI

**Davide Inclimona** (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)

**Arianna Marchianò** (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)

**Martina Gasparini** (martina.gasparini@assolombarda.it / Cell: 347 6250 456)

## DATE E PREZZI

**ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA**