

---

# DIGITAL MARKETING PER LE PMI

---

BUSINESS SKILLS

## DESCRIZIONE

Il corso offre una panoramica sul mondo della comunicazione digitale e permette di conoscere quali sono i principali strumenti del marketing online da inserire all'interno di una strategia multicanale per far crescere il proprio business. Grazie alle diverse sessioni che compongono il corso, sarà possibile conoscere il contesto all'interno del quale operare (valore del mercato, player, abitudini di fruizione, modelli di business, terminologia), per capire come ottimizzare la presenza online grazie alle tecniche di indicizzazione sui motori di ricerca, come creare contenuti per i social media, come acquistare visibilità con le sponsorizzazioni. I partecipanti al corso scopriranno le differenze tra le principali tipologie di advertising digitale (video, display, keyword advertising, social adv), comprenderanno le opportunità della vendita online e impareranno quali sono i fattori chiave per un e-commerce di successo. Saranno oggetto di approfondimento anche temi legali e regolamenti in tema di privacy e protezione dei dati. Il corso si svolgerà in presenza oppure online ma sempre con docente «live», in modo da creare anche da remoto modalità e dinamiche dell'aula reale. A supporto dell'attività didattica proposta dai docenti (lezioni frontali online o in presenza ed esercitazioni) sarà possibile per ogni partecipante accedere per 6 mesi alla piattaforma e-learning di IAB Italia dove fruire di contenuti formativi aggiuntivi in modalità on demand (video lezioni, webinar, workshop, seminari).

## PROGRAMMA

### PROGRAMMA DIDATTICO

#### 1. INTRODUZIONE: DEFINIZIONI, MERCATO, ATTORI

- Introduzione ai principi base del digital marketing, termini, acronimi e glossario
- Il mercato della comunicazione digitale: trend, valori, ruoli dei principali player
- La fruizione dei mezzi digitali in Italia: quanti sono e cosa fanno gli utenti connessi
- Digitale, quando la domanda viaggia più veloce dell'offerta

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

- Le fasi del customer journey: micro-momenti e “zero moment of truth”
- Impostare una strategia di comunicazione digitale: analisi competitiva e value proposition
- Modelli di business digitali: come competere in un mercato in continuo mutamento
- Il funnel e la scelta degli strumenti di comunicazione digitale in funzione degli obiettivi

#### 1. LA PRESENZA ONLINE

- Il ruolo dei contenuti come motore di business
- Quando l'opinione dei clienti è un asset strategico
- Come impostare una strategia editoriale per intercettare clienti di valore

- Progettare la presenza online: meno attività, più focus

## 1. CANALI, STRUMENTI & FORMATI: I MOTORI DI RICERCA

- Importanza dei motori di ricerca nel customer journey
- Logica di funzionamento
- Il posizionamento naturale (SEO)
- Il posizionamento sponsorizzato (Search Ads)

## 1. CANALI STRUMENTI & FORMATI: I SOCIAL MEDIA

- Importanza e ruolo dei social media nel customer journey
- Algoritmi e visibilità
- Caratteristiche e formati dei principali social media
- Social media e collegamento con il piano editoriale

## 1. CANALI STRUMENTI & FORMATI: E-MAIL MARKETING

- Importanza e ruolo dell'e-mail marketing nel customer journey
- DEM e newsletter
- Marketing automation e CRM
- E-mail marketing come strumento di fidelizzazione e ottimizzazione dei budget

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

- Comprendere le opportunità che l'e-commerce offre: mercati e trend
- Fattori critici di successo, la curva di valore
- E-commerce proprietari o marketplace? Quali scegliere, come sfruttarli al meglio
- Iniziare a vendere online

## 1. DALL'IDEA, AL PROGETTO, AL FATTURATO

- Da cosa dipende il successo di un progetto digitale
- Dimezzare i tempi con il project framework "Agile"
- Make or buy? Come scegliere cosa internalizzare e cosa no.
- Web analytics, conoscere i numeri del digitale, guidare il business

## DOCENTI

### Fabio Scafoletti

*Lavora nel marketing dal 1988, nel marketing digitale dal 1998 e si occupa di e-commerce marketing dal 2008. Ha lavorato per aziende italiane e multinazionali, grandissime e micro, operanti in molti settori: dal farmaceutico all'assicurativo-bancario, fino al software. Ha una lunga esperienza come formatore e coach in business planning e business modeling, digital marketing, e-commerce e project management. Ha sviluppato progetti e didattica per privati, università ed aziende.*

## DESTINATARI

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

## NOTE

Il corso sarà trasmesso via Microsoft Teams, con la possibilità di partecipare via web o app con l'utilizzo di pc o smartphone.

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

## REQUISITI

- Pc o smartphone
- Buona connessione internet
- Microfono (per eventuali domande che potrebbero comunque essere effettuate via live chat) e webcam

## REFERENTI

**Davide Inclimona**  (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)  
 **Arianna Marchianò**  (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)

## DATE E PREZZI

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