CONTENT MARKETING PRATICO PER LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE - SEDE DI ASSOLODI

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il corso insegna in modo estremamente pratico a creare contenuti per il web pensati per intercettare potenziali clienti e trasformarli in contatti commerciali "caldi". Permette di acquisire tutte le competenze per sfruttare i contenuti come un vero strumento di marketing online.

PROGRAMMA

9:00 – 9:15

Accreditamento partecipanti

9:15 – 13:00

• Come trasformare un semplice blog in media proprietario mettendolo al centro della comunicazione aziendale
• Scrivere per il lettore (il metodo per individuare il profilo esatto del cliente tipo sviluppando i contenuti per rispondere alle sue esigenze)
• Come scegliere le argomentazioni adatte a un blog aziendale (evitare di rimanere senza argomenti e cercare all'interno delle risorse già presenti in azienda)
• Dove trovare nuove idee per i tuoi contenuti (gli strumenti da utilizzare e la loro applicazione pratica per risparmiare tempo)
• Come sfruttare i "generatori di fiducia" per ottenere la massima attenzione (trasformare la comunicazione aziendale in comunicazione "umana")
• Come coinvolgere dipendenti, collaboratori e clienti nella creazione dei contenuti
• Sfruttare i contenuti già presenti in azienda (trasformare forme di contenuto giù in azienda in nuovo contenuti pronti all'uso)
• Calendario editoriale: cos'è, come utilizzarlo e come sfruttarlo per progettare e monitorare il lavoro del blog
• Forme di contenuto alternative al testo (come integrare e sfruttare immagini, video e podcast all'interno del blog)

14:00 – 18:00

• La scrittura per il web: tutte le differenze fondamentali tra la scrittura online e quella per la carta (con esempi)
• Le 15 regole del web writing: tutto quello che bisogna fare a livello operativo per rendere efficace la propria comunicazione online (con esempi positivi e negativi). All'interno: come scegliere il titolo di un contenuto per attirare l'attenzione dei potenziali clienti
• Le caratteristiche/competenze di un web writer efficace. (Questa parte aiuta le aziende a individuare chi in azienda può occuparsi del content marketing oppure come scegliere un fornitore in outsourcing)
• Che cos'è la SEO e quali sono i parametri fondamentali per posizionare bene i propri contenuti su Google
• La SEO e il copywriting: come applicare la SEO a un contenuto di un sito o blog (con un esempio di ottimizzazione di un articolo per il web)
• Esercizio pratico: come creare un contenuto di 700 parole (per il sito o il blog) in un’ora
• La promozione dei contenuti su Facebook: come diffondere i tuoi contenuti su Facebook per ottenere engagement
• La promozione dei contenuti su Twitter: come diffondere i tuoi contenuti su Twitter per ottenere engagement

DOCENTI

Alessandro Scuratti (oltre 20 anni d'esperienza nella comunicazione per le imprese, specialista di content marketing e business blogging).

Alessio Beltrami (esperto in content marketing).

DESTINATARI

Imprenditori, amministratori delegati, direttori marketing, personale degli uffici di comunicazione.

REFERENTI

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA