

40 ore di coaching in 10 incontri per avviare un marketing efficace con il Web per la tua azienda



#	Modulo	Attività	Ore
1	Blog/sito	Avviare il blog aziendale: l'importanza dei contenuti Come scrivere contenuti efficaci Dove trovare immagini per i post e quali utilizzare Costruire un link building efficace Realizzazione di due articoli con immagini e collegamenti tra di loro, e con link verso i prodotti o servizi inseriti nel sito	4
2	Immagini	Canva lo strumento per costruire messaggi con immagini efficaci I formati di Canva per i Social e per il marketing Importazione e esportazione delle immagini Modifica e sviluppo del layout: griglie, testi, manipolazione delle immagini Realizzazione di immagini per articolo blog, post facebook, copertina facebook, copertina twitter, email header	4
3	Facebook	Verifica delle corrette impostazioni della Pagina Facebook aziendale Come scrivere un post efficace Come avviare la corretta condivisione del post Programmazione dei post Realizzazione di due post facebook con immagini Canva elaborate	4
4	Video	La forza comunicativa dei video nel marketing Funzionamento di due ambienti di produzione: GoAnimate e BiteAble Realizzazione di un video con GoAnimate Realizzazione di un video con BiteAble Realizzazione di due post programmati con i video prodotti	4
5	Facebook marketing	Come fare delle buone inserzioni su Facebook Come profilare il target Che tipo di obiettivo raggiungere Quale copertura di utenti si vuole raggiungere Realizzazione di due campagne Facebook da 20,00 euro totali	4
6	Google AdWords	Arrivare nei primi posti sui motori di ricerca con le sponsorizzazioni su Google Quali sono le keywword migliori Scrivere annunci che trasformino i visitatori in clienti Preparare una landing page efficace Realizzazione di una campagna Google AdWords	4
7	Linkedin	Linkedin: il social delle aziende Definizione degli obiettivi e della strategia Ottimizzazione del profilo per il tuo target di audience Costruzione del proprio network Generare coinvolgimento e interazione Verifica del profilo Linkedin personale e aziendale e realizzazione di due post Linkedin	4
8	Direct Mail Marketing	MailChimp per le campagne DMM Principi di una strategia di Email Marketing Le liste degli iscritti, la segmentazione, i template Realizzazione di una campagna marketing con inserimento dei contatti, realizzazione del template per l'invio, segmentazione dei clienti, monitoraggio dei risultati	4
9	Twitter e Canale Youtube	Social Marketing con Twitter Configurazione del profilo Twitter per l'azienda Pubblicazione di tweet efficaci con ripresa dei post FaceBook e Linkedin Configurazione del canale video Youtube aziendale Realizzazione di un video promozionale con GoAnimate o Biteable e caricamento sul canale Integrazione del video in un post del blog	4
10	Storytelling e Piano Editoriale	Raccontare le storie aziendali La narrazione online: come scrivere una storia nel blog Come scrivere sui Social Come fare una narrazione integrata per diventare autorevoli Realizzazione di uno storytelling personalizzato al contesto in cui opera il partecipante Cosa va tenuto in considerazione nel realizzare un piano editoriale Definizione di una strategia per un piano editoriale efficace Realizzazione di un piano editoriale sulle esigenze del partecipante	4

