

## **TECNICHE E STRUMENTI DI DIGITAL MARKETING PER PROMUOVERE LA PROPRIA AZIENDA**

**DURATA CORSO:** 20 ore

**AMBITO:** D. DIGCOMP - Quadro comune europeo di riferimento per le competenze digitali

**CODICE COMPETENZA:** D.10 Creazione di contenuti digitali - Contenuti idonei

### **DESCRIZIONE DEL CORSO**

Il mercato globale richiede alle aziende di adottare strategie comunicative e promozionali sempre più multicanale, facendo delle tecnologie digitali e del canale web l'avanguardia della relazione con il cliente. Uno degli strumenti che consentono di sfruttare le nuove tecnologie a fini della crescita aziendale è il web marketing, mediante il quale le aziende possono gestire il loro posizionamento competitivo e supportare la profittabilità del loro business, applicando metodi legati al web per l'advertising del proprio brand e dei prodotti. Un altro strumento molto importante è rappresentato dai social media, che danno la possibilità all'azienda di supportare il brand engagement, ovvero il coinvolgimento emotivo del potenziale cliente verso il proprio brand. Questo corso aiuta a padroneggiare le tecniche di web e social media marketing per dare all'azienda maggiore visibilità online, incrementare le vendite, favorire la redemption delle campagne, acquisire informazioni di dettaglio sui prospect e raggiungere un ROI più elevato.

### **PROGRAMMA**

Il percorso si suddivide in 5 macro-moduli, all'interno dei quali verranno trattati i seguenti argomenti:

- Fondamenti del web marketing
- Fasi di una strategia web: analisi, definizione della strategia web fino alla misurazione delle performance
- Strumenti del web marketing. SEO, SEM, E-mail marketing, Social Media Marketing, Ufficio Stampa e PR online
- Caratteristiche di un sito aziendale
- Come progettare un piano di comunicazione online

Al termine di ciascun modulo verranno proposte esercitazioni sugli argomenti trattati e l'analisi di specifiche case history.

### **DESTINATARI**

Il corso si rivolge principalmente a professionisti e figure che operano nel settore del marketing, della comunicazione e dell'e-commerce. Nel dettaglio, i destinatari ideali includono:

- Responsabili Marketing: in particolare, per utilizzare efficacemente le tecniche di digital marketing nella promozione e nella gestione delle attività di marketing dell'azienda.
- Product Manager: in particolare, per promuovere e posizionare i prodotti o servizi dell'azienda sul mercato online, aumentando la visibilità e l'attrattiva per il target di riferimento.

- Brand Manager: in particolare, per costruire e gestire l'immagine del brand online, aumentando la consapevolezza e l'engagement del pubblico.
- Addetti dell'Ufficio Stampa: in particolare, per utilizzare i canali digitali e le strategie di content marketing per diffondere comunicati stampa e contenuti aziendali in modo efficace.
- Professionisti del settore Marketing, Comunicazione ed E-commerce: in particolare, per promuovere l'azienda e i suoi prodotti/servizi in modo mirato ed efficace.

### **MODALITA' DI SVOLGIMENTO**

La formazione è stata progettata in presenza in modalità "aula corsi interna" con possibilità di erogazione di lezioni in Virtual Classroom, sempre ad hoc sulle caratteristiche dell'azienda, offrendo agli partecipanti la possibilità di partecipare a sessioni interattive che includono esercitazioni pratiche, studi di casi e simulazioni. Questo approccio consentirà ai partecipanti di applicare direttamente le tecniche e gli strumenti di digital marketing al contesto aziendale.

Il percorso sarà erogato tramite lo strumento ADA - Apprendimento a Distanza Attivo, con sistema che effettua tracciamento delle attività svolte e consente la stampa dei relativi rapporti. Ciò offre flessibilità ai partecipanti e consente loro di avanzare nel percorso di apprendimento in base alle proprie esigenze.

Durante le lezioni, il docente fornirà supporto attraverso l'utilizzo di slides e materiale didattico, che completeranno l'apprendimento teorico con esempi pratici e casi concreti. Il docente utilizzerà strumenti interattivi come forum e chat per favorire la condivisione di informazioni, conoscenze e domande tra i partecipanti. Questo favorirà un apprendimento collaborativo e permetterà di applicare direttamente le conoscenze acquisite al proprio contesto aziendale.

### **COMPETENZE IN INGRESSO**

Per il seguente percorso non sono richieste particolari competenze in ingresso o conoscenze pregresse.

Durante il percorso verranno ripresi i fondamenti della disciplina per consentire un allineamento iniziale del gruppo classe. Non si ritiene pertanto necessaria la somministrazione di un test di ingresso per accedere al corso, ma verrà effettuato uno screening iniziale delle figure coinvolte per customizzare il percorso in base al target di riferimento della singola edizione.

### **COMPETENZE IN USCITA**

Al termine del corso ai partecipanti verrà somministrato un test a risposte multiple per verificare le conoscenze di base degli argomenti trattati. Per raggiungere la sufficienza sarà necessario rispondere correttamente ad almeno 6 domande su 10.