

# Percorso formazione e affiancamento Web Marketing

**Durata 40 ore**

**Modalità erogazione: mista, parte online e parte presso il Cliente**

## Formazione

**Il Programma (16 ore)**

Argomento	Note
Panoramica sul Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definizione</li> <li>➤ Ruolo</li> <li>➤ La creazione di valore</li> <li>➤ Prodotto vs Esperienza</li> <li>➤ Le strategie aziendali di base</li> <li>➤ Le 3 fasi – analisi, strategia, applicazione</li> <li>➤ La Customer Journey</li> <li>➤ Un Marketing tanti Marketing</li> <li>➤ Tendenze 2022</li> </ul>
Mercato, concorrenza, consumatori	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Individuazione del Mercato</li> <li>➤ Analisi della concorrenza</li> <li>➤ Analisi della domanda</li> <li>➤ Il comportamento del consumatore</li> <li>➤ Analisi interna</li> </ul>
Post-vendita	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Misurare e “gestire” la soddisfazione del cliente</li> </ul>
Web e Content Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gli strumenti del digitale</li> <li>➤ Obiettivi, strategia, pianificazione</li> <li>➤ Il target</li> <li>➤ Elementi di comunicazione</li> <li>➤ I contenuti come strumento di Marketing</li> <li>➤ Scrivere per il web</li> <li>➤ Misurare e valutare i risultati</li> </ul>

## Consulenza / Affiancamento

### *Il percorso (24 ore)*

Attività	Note
Definizione di obiettivi, target, tempi e budget	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analisi delle attività passate</li> <li>➤ Incontro/i preliminare con la Direzione</li> </ul>
Analisi della concorrenza e analisi interna	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Individuazione dei concorrenti</li> <li>➤ Analisi della loro comunicazione, generale e sul web</li> <li>➤ Analisi interna</li> </ul>
Impostazione di un piano editoriale per il web	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definizione dei Contenuti</li> <li>➤ Identificazione delle Fonti, interne ed esterne</li> <li>➤ Definizione dei flussi e delle scadenze</li> <li>➤ Scelta dei Canali (tra quelli già attivati e/o da attivare) e dello "stile" di comunicazione</li> <li>➤ Stesura, approvazione e condivisione del Piano</li> </ul>
Identificazione e scelta degli strumenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Valutazione degli strumenti attualmente in uso</li> <li>➤ Analisi ed eventuale introduzione di nuovi strumenti</li> </ul>
Avvio del piano editoriale	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Preparazione e diffusione dei primi contenuti</li> <li>➤ Analisi dei risultati</li> <li>➤ Prime valutazioni ed eventuali correttivi</li> </ul>
Controllo	<i>Non incluso nel progetto, da pianificare una volta attivato il piano editoriale</i>

**Approfondiamo insieme**