

PROGRAMMA DEL CORSO

DAL MARKETING TRADIZIONALE AL WEB MARKETING IL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION *settimana dal 7 all'11 maggio 2012*

<p>Lunedì 7 maggio ore 18 - 21</p>	<p>Dal marketing tradizionale al web marketing</p>	<p>Introduzione al web marketing Analogie e differenze col marketing tradizionale LE 3 FASI DEL WEB MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il Piano di marketing in rete • Progettare o riprogettare il sito web • Promozione del sito <p>LE ATTIVITÀ DI WEB MARKETING (panoramica)</p> <ul style="list-style-type: none"> • SEM (search engine marketing) <ul style="list-style-type: none"> ◦ SEO (search engine optimization) ◦ SEA (search engine advertising) • Social Media Marketing • Display Advertising • Affiliate Marketing • DEM (direct email marketing)
<p>Martedì 8 maggio ore 18 - 21</p>	<p>Il SEO (Search Engine Optimization) introduzione al seo parte strategica parte operativa</p>	<p>PREMESSE</p> <ul style="list-style-type: none"> • I motori di ricerca, una panoramica • I principali fattori di ranking • Le linee guida di Google <p>LA STRATEGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pianificare una campagna SEO • La teoria della “long tail” applicata la SEO • Esempi e casi di successo <p>PRIMA DI COMINCIARE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gli strumenti per cominciare • Come scegliere le keyword
<p>Mercoldì 9 maggio ore 18 - 21</p>		<p>IL SEO ON-PAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fattori di ranking in-document • Come strutturare un sito • Ottimizzazione del codice • Ottimizzazione dei contenuti (SEO Copywriting)
<p>Giovedì 10 maggio ore 18 - 21</p>		<p>IL SEO OFF-PAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fattori di ranking off-document • Il PageRank • Il TrustRank • Costruire la link popularity • Ottimizzazione dei link inbound • Article Marketing
<p>Venerdì 11 maggio</p>		<p>Il Local SEO</p>

ore 18 - 21		Monitorare i risultati Cenni di Black Hat SEO Come uscire da una penalizzazione di Google Riepilogo generale Domande libere
-------------	--	---

SOCIAL SEO, SOCIAL MEDIA MARKETING E PR 2.0

settimana dal 14 al 18 maggio 2012

Lunedì 14 maggio ore 18 - 21	Il Social SEO dalla ricerca alla ricerca sociale: scenari attuali e futuri	Introduzione al social SEO Il SMO, l'ottimizzazione SEO della pagina Facebook GOOGLE + A cosa serve? Apertura di un'account G+ G+ SEO (cenni) La Google Search Plus Scenari futuri possibili
Martedì 15 maggio ore 18 - 21	Il Social Media Marketing social media optimization e pubbliche relazioni online	LE SOCIAL PR <ul style="list-style-type: none"> • Il web 1.0 e 2.0 • Le Pubbliche Relazioni online (Social PR o PR 2.0) • L'importanza della conversazione e dell'interazione • Definizione del posizionamento e della Nicchia • Definizione di target e obiettivi • L'importanza degli Influenzatori (opinione leader e opinion maker) • Segmentazione del target e sviluppo di una community • L'engagement e la sua importanza • La call to action e la sua importanza • Cenni sui meccanismi virali • Il Mobile: Smartphone, Android, I-Phone e I-Pad (cenni)
Mercoledì 16 maggio ore 18 - 21		I BLOG E I FORUM E LA NEWSLETTER <ul style="list-style-type: none"> • Cos'è un blog • La Nicchia e la sua importanza • Scenario di settore e posizionamento • Gli Influenzatori: Opinion leader e opinion maker • Le pubbliche Relazioni e i link: accessi e link popularity • Elementi del blog: Cosa scrivere e come scriverlo: definizione del target e degli obiettivi • Diversi tipi di blog • Promozione del blog • Case History
Giovedì 17 maggio		FACEBOOK

<p>ore 18 - 21</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Account personale, pagine e gruppi • La Timeline (Diario) per account privati e brand • Attirare e segmentare fan e gestire la pagina. Il social PR e il ruolo degli influenzatori su Facebook • Il Like • L'Engagement e la Call to action • L'Edge Rank: L'algoritmo di Facebook:cos'è e come funziona • Best Practice per la pubblicazione dei post e interazione coi fan • Errori da evitare • L'Open Graph e l'interazione tra la pagina e il proprio sito.
<p>Venerdì 18 maggio ore 18 - 21</p>		<p>GLI ALTRI SOCIAL NETWORK PRINCIPALI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LINKEDIN Scegliere e aumentare le connection su LinkedIn Ottimizzare il profilo LinkedIn Cenni sulla costruzione del CV online con LinkedIn • YOUTUBE Introduzione: l'importanza dei video Apertura di un canale Youtube Gestione di un canale YouTube Scaricare e caricare un video Youtube SEO: ottimizzare un video • TWITTER cos'è twitter e a cosa serve: Il ruolo degli influenzatori l'hashtag il reply, il retweet, il follow friday segmentare i follow aumentare i follower su twitter • FOURSQUARE A chi serve e quando si usa Aprire un account Foursquare Call to action e promozioni su 4sq • PINTEREST Che cos'è è perché sarà importante Il ruolo degli influenzatori e degli early adopter e power user