



# Alternanza Scuola lavoro 2017

## Corso di Web Marketing

*Sikeweb*

# SOMMARIO

## SEO E SEM, OTTIMIZZAZIONE E POSIZIONAMENTO

Come deve impostare il lavoro un Professionista SEO?

- Il corretto approccio per perseguire gli obiettivi di visibilità di un sito
- Come realizzare una campagna di posizionamento ad alta resa
- Come deve relazionarsi il SEO con gli altri professionisti di un'azienda
- Come valutare la competitività del settore e della concorrenza
- Come selezionare le parole chiave in base alle esigenze dei consumatori
- Il processo d'acquisto dei consumatori e suo rapporto con l'attività SEO
- Linee guida fondamentali per la corretta operatività SEO

# SOMMARIO

## OTTIMIZZAZIONE E POSIZIONAMENTO SUI MOTORI DI RICERCA

- Come scegliere le parole chiave più efficaci e con quali strumenti
- Pianificazione di una campagna di visibilità nei motori di ricerca
- Creare contenuti funzionali al posizionamento nei motori di ricerca
- Keyword density
- Ottimizzare correttamente il codice html di un sito per una corretta indicizzazione e posizionamento nei motori di ricerca
- Ottimizzazione della struttura del sito web
- Gli errori da evitare e le strategie da adottare
- Tecniche di ottimizzazione per comparire ai primi posti nei motori di ricerca
- Ottimizzazione dei web site dinamici
- Cos'è e cosa non è considerato oggi spam nei motori di ricerca
- Uso corretto dei link
- Tecniche per una corretta indicizzazione nei motori di ricerca
- Accelerare l'indicizzazione nei motori di ricerca
- Software SEO consigliati e i tools più utili

# SOMMARIO

## CONVERTIRE GLI UTENTI IN CLIENTI

- Search engine writing: scrivere per i motori di ricerca
- Realizzare contenuti pensati per i motori di ricerca e per gli utenti
- Elementi di "conversion marketing" fondamentali per la SEO

## MONITORAGGIO

- Effettuare il ranking dei posizionamenti ottenuti
- Interpretare i dati dei software di statistiche in ottica SEO
- Il concetto di ROI (Return On Investments, ritorno sugli investimenti) applicato ai motori di ricerca

# SOMMARIO

## EMAIL MARKETING

- Best practices e consigli per pianificare una Campagna Email Marketing efficace
- Introduzione al Direct Email Marketing
- Creare Email pubblicitarie
  - Newsletter
  - Info mail
  - Cos'è lo Spam
- Creare mailing List
- Calcolo del ROI di una Campagna Email Marketing

# SOMMARIO

## CAMPAGNE ADWORDS E PPC

- Introduzione: Il sistema Adwords
  - Cos'è AdWords e come funziona
  - Quanto Costa
  - Definizioni di Base: Costi, Impressioni, CTR e Azioni.
- Impostazione dell'Account
  - Iscrizione e creazione di un account AdWords
  - Opzioni di targeting: lingua e località
  - Reti: Ricerca e/o Display
  - Campagne Potenziate: Computer Tradizionali, Tablet e Mobile
  - Offerte e Budget
  - Fasce orarie di pubblicazione
  - Best Practice

# SOMMARIO

- Creazione Campagna Professionale
  - La scelta delle Parole chiave
  - Opzioni di Corrispondenza delle Parole Chiave
  - Strumenti Utili per la creazione di elenchi di Parole Chiave;
  - Norme per gli annunci (uso di Marchi)
  - Impostazioni di un annuncio AdWords
  - Creazione degli annunci
  - Funzione “KeyWord insertion”
  - Il punteggio di qualità
  - Impostazione del Costo per Clic
  - Best Practice
- Reportistica ed analisi dell’andamento
  - Monitoraggio delle campagne: Ctr, Posizione Media, Cpc
  - Report e filtri di AdWords
  - Personalizzazione offerte CPC nelle campagne potenziate
  - Personalizzare gli annunci AdWords per Smartphone

# SOMMARIO

- Costruire una buona struttura per la campagna
  - Organizzazione Account AdWords: campagne, gruppi di annunci, varianti di annuncio, parole chiave;
  - Scelta della pagina di destinazione
  - Best Practice
- Impostazione obiettivi di conversione
  - Cosa sono le conversioni
  - Tipi di azioni obiettivo
  - Impostazioni del monitoraggio delle conversioni
  - Verifica del Codice per il monitoraggio delle conversioni;
  - Norme sulla Privacy



# SOMMARIO

- Monitoraggio conversioni ed ottimizzazione Landing Page
  - Il Roi di AdWords
  - I tipi di conversione: dirette e indirette
  - Analisi delle statistiche sulle conversioni
  - Migliorare il Roi delle Campagne utilizzando i dati sulle conversioni
  - Best Practice
- Campagne Display
  - Introduzione alla rete Display
  - Target per interessi e argomenti
  - Come trovare argomenti e interessi adeguati
- Campagne Remarketing
  - Introduzione al Remarketing (perché e a cosa serve)
  - Come si creano i segmenti di Remarketing (AdWords e Google Analytics)
  - Come impostare le campagne Remarketing

# SOMMARIO

## PROGETTO FINALE

Realizzazione di una Web Application finalizzata alla promozione di un prodotto tramite Campagne di Web Marketing.

L'idea che è alla base del sistema, è quella di creare una Landing Page, che promuova un prodotto (un libro, delle dispense etc...) che possa essere la base per l'apertura di una campagna di Web Marketing.

Caratteristiche:

- Landing page finalizzata alla promozione di un prodotto
- Visualizzazione delle Informazioni di dettaglio sul prodotto
- Inserimento e Aggiornamento dati



# CONCETTI GENERALI

*CORSO DI WEB MARKETING*

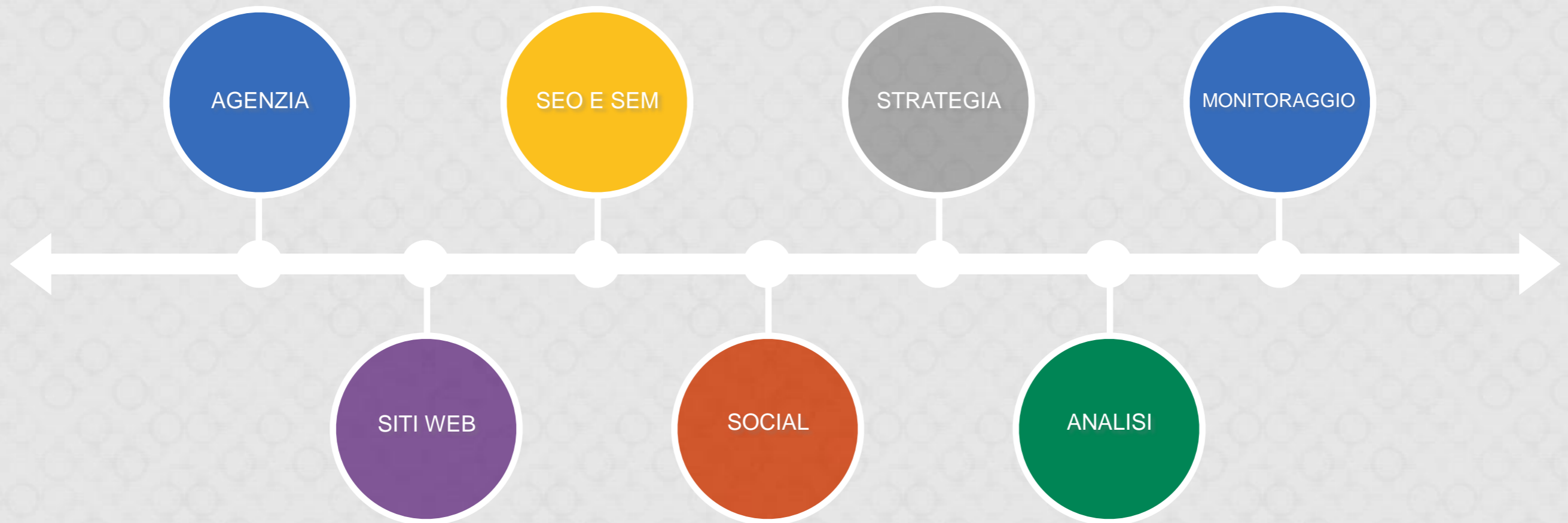
# WEB MARKETING

Il web marketing è la branca delle attività di marketing dell'azienda che sfrutta il canale online per studiare il mercato e sviluppare i rapporti commerciali (promozione/pubblicità, distribuzione, vendita, assistenza alla clientela, etc.) tramite il Web.

Solitamente le attività di web marketing si concretizzano principalmente con la realizzazione di un progetto e successivamente nella realizzazione di un sito Internet e la relativa promozione utilizzando il canale web per attirare i visitatori interessati ai prodotti o ai servizi a catalogo.

# WEB MARKETING

Strumenti di marketing digitale e guida al processo di introduzione in azienda





SITI WEB

*Responsive...*

# SITI WEB

La soluzione giusta





# SEO E SEM

*Ottimizzazione e posizionamento*



# SEO SEM

Il Search Engine Optimization (SEO) è il complesso di attività volte soprattutto alla «visibilità» dei siti:

- Ottimizzazione
- Posizionamento e marketing sui motori di ricerca (SEM)
- Pay per click
- Campagna Banner





# STRATEGIE

*Webmarketing*

# STRATEGIA

La strategia alla base di un progetto di web marketing è portare il proprio sito web ai primi posti nelle pagine dei risultati di un motore di ricerca

Le altre principali strategie sono:

- Marketing promozionale online ossia azioni di marketing web per incrementare la conoscenza di marca, attirare l'utente e segnalare offerte ai navigatori o pubblicizzare il proprio sito web.
- Web marketing virale che consiste nel riprodurre i benefici del passaparola tramite Internet.



# MECCANISMI VIRALI

Il viral marketing e la pubblicità virale sono termini usati per indicare le attività di marketing che sfruttano le reti sociali esistenti per produrre effetti esponenziali della conoscenza del brand, per mezzo di un processo di diffusione analogo a quello dei virus.

La strategia di questa modalità è di incentivare gli utenti a condividere un messaggio di marketing con i loro amici in modo volontario mutuando i meccanismi del passaparola.

- analogia con i virus
- non tutte le campagne virali funzionano
- l'elemento chiave è la psicologia dei clienti di riferimento
- la creatività sblocca la diffusione virale
- credibilità + qualità complessiva = affidabilità

# I CANALI DI UNA CAMPAGNA VIRALE

## Canali online

- email, web
- blogs, forums, social networks
- youtube, facebook, adsense, itunes

## Canali offline

- radio, TV, mobile
- guerrilla marketing: una forma di promozione pubblicitaria non convenzionale e a basso costo ottenuta attraverso l'utilizzo creativo di mezzi e strumenti aggressivi che fanno leva sull'immaginario e sui meccanismi psicologici degli utenti finali.  
Es: creare delle azioni eclatanti che fanno parlare di sé



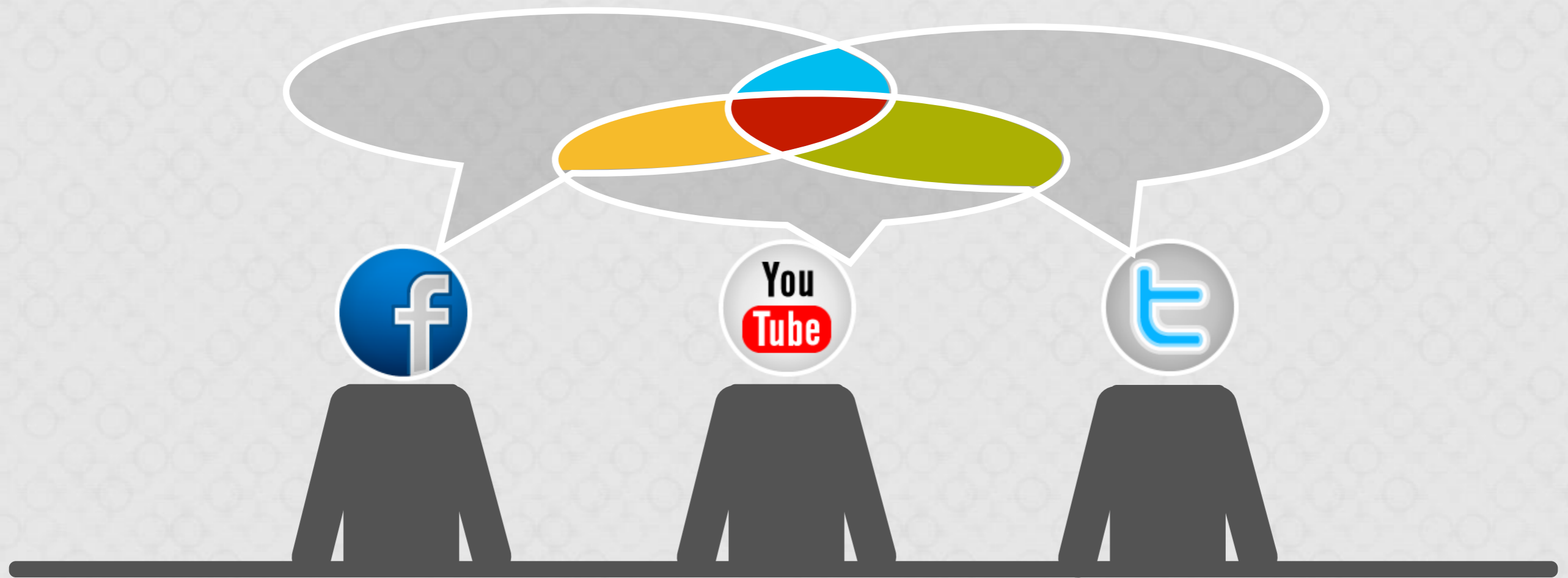
SOCIAL

*Parlare con gli utenti*



# SOCIAL NETWORK

Essere presenti sui social network



# SOCIAL NETWORK

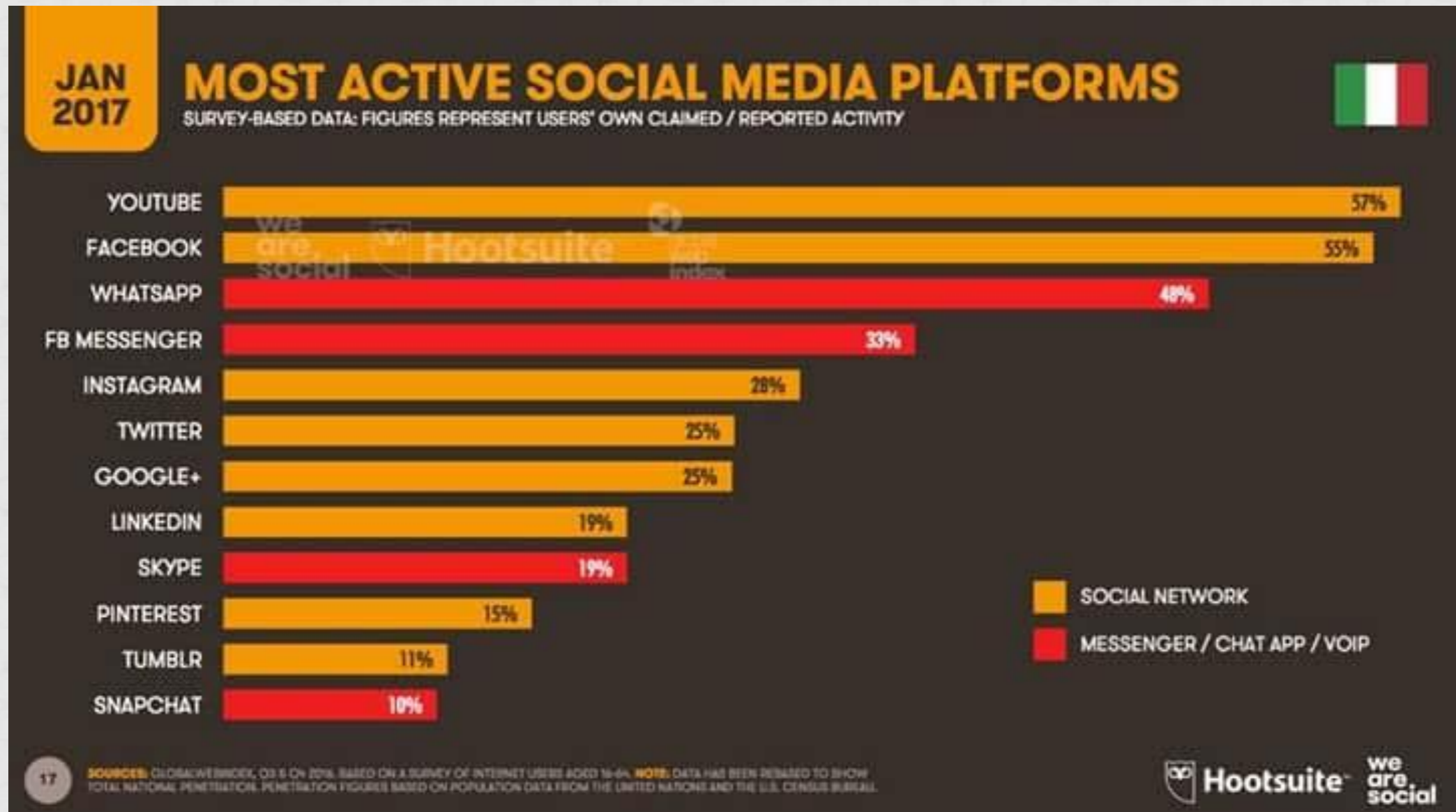
Il Social Media Marketing si occupa di generare visibilità sui social network e racchiude una serie di pratiche che vanno dalla gestione dei rapporti online, cercando di intrattenere un rapporto di discussione con i clienti, alla creazione e aggiornamento di profili social volti a migliorare e completare la propria presenza online. Un esempio comune di Social Media Marketing è l'azione di Marketing virale che si compie su YouTube o altri siti di Video sharing.

L'azienda, sia celando che palesando la propria identità, crea contenuti interessanti su un determinato tema o argomento, creando interesse per la propria attività e forse anche visite indirette al proprio sito web. Lo stesso avviene anche per altri canali come photosharing (flickr, Picasa, Instagram) e ovviamente per i social network (Facebook, Twitter)



# SOCIAL NETWORK

I Social Network più utilizzati in Italia



# ADVERTISING SOCIAL

## Publicità sui social network

Le pubblicità sui social network sono una lauta fonte di introiti nel medio termine.



Secondo studi di analisi condotti da un'agenzia pubblicitaria (Zenith Optimedia) in termini numerici e a livello globale, la spesa in inserzioni pubblicitarie sui social network passerà dai 29 miliardi di dollari nel 2016 a 50 miliardi di dollari, tra il 2016 e il 2019.

Una crescita che, in soli tre anni, sarà del 72%. Nel breve termine, ossia entro il 2017, la spesa pubblicitaria globale aumenterà del 4,4%.



# ANALISI

*Monitoraggio attività*

# MONITORAGGIO ATTIVITA'

Come aumentare le conversioni

