
CONTENT MARKETING PRATICO PER AZIENDE

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il corso insegna in modo estremamente pratico a creare contenuti per il web pensati per intercettare potenziali clienti e trasformarli in contatti commerciali "caldi". Permette di acquisire tutte le competenze per sfruttare i contenuti come un vero strumento di marketing online.

PROGRAMMA

8.45 – 9.00 *Accreditamento partecipanti*

Programma del mattino (9:00-13:00) – Alessio Beltrami

- Come trasformare un semplice blog in media proprietario mettendolo al centro della comunicazione aziendale;
- Scrivere per il lettore (il metodo per individuare il profilo esatto del cliente tipo sviluppando i contenuti per rispondere alle sue esigenze);
- Come scegliere le argomentazioni adatte a un blog aziendale (evitare di rimanere senza argomenti e cercare all'interno delle risorse già presenti in azienda);
- Dove trovare nuove idee per i tuoi contenuti (gli strumenti da utilizzare e la loro applicazione pratica per risparmiare tempo);
- Come sfruttare i "generatori di fiducia" per ottenere la massima attenzione (trasformare la comunicazione aziendale in comunicazione "umana");
- Come coinvolgere dipendenti, collaboratori e clienti nella creazione dei contenuti;
- Sfruttare i contenuti già presenti in azienda (trasformare forme di contenuto giù in azienda in nuovo contenuto pronti all'uso);
- Calendario editoriale: cos'è, come utilizzarlo e come sfruttarlo per progettare e monitorare il lavoro del blog;
- Forme di contenuto alternative al testo (come integrare e sfruttare immagini, video e podcast all'interno del blog);

Programma del pomeriggio (14:00-18:00) di Alessandro Scuratti

- La scrittura per il web: tutte le differenze fondamentali tra la scrittura online e quella per la carta (con esempi);
- Le 15 regole del web writing: tutto quello che bisogna fare a livello operativo per rendere efficace la propria comunicazione online (con esempi positivi e negativi). All'interno: come scegliere il titolo di un contenuto per attirare l'attenzione dei potenziali clienti;
- Le caratteristiche/competenze di un web writer efficace. (Questa parte aiuta le aziende a individuare chi in azienda può occuparsi del content marketing oppure come scegliere un fornitore in outsourcing);
- Che cos'è la SEO e quali sono i parametri fondamentali per posizionare bene i propri contenuti su Google;
- La SEO e il copywriting: come applicare la SEO a un contenuto di un sito o blog (con un esempio di ottimizzazione di un articolo per il web);
- Esercizio pratico: come creare un contenuto di 700 parole (per il sito o il blog) in un'ora;
- La promozione dei contenuti su Facebook: come diffondere i tuoi contenuti su Facebook per ottenere engagement;
- La promozione dei contenuti su Twitter: come diffondere i tuoi contenuti su Twitter per ottenere engagement.

DOCENTI

Alessio Beltrami – Formatore e consulente di comunicazione specializzato in nuovi media. Aiuta le aziende a realizzare strategie di marketing basate sui contenuti

Alessandro Scuratti – Content specialist e business blogger. Lavora nella comunicazione da diversi anni con particolare focus sul web.

DESTINATARI

Piccoli imprenditori, medie imprese con all'interno piccolo ufficio comunicazione/mkt e grandi imprese con all'interno ufficio comunicazione/mkt ma che necessita di aggiornamento con potenzialità del web

REFERENTI

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA