

Web 2.0, Blog Marketing e Marketing sociale: corso introduttivo per usare in modo strategico il Web 2.0

A chi è rivolto: Marketing team aziendali, responsabili di comunicazione, responsabili commerciali, società operanti nel Web 2.0, nelle Pubbliche Relazioni, nei Media e più in generale tutte le società ed imprese che vogliono aprirsi in modo efficace ai più utilizzati canali di comunicazione on line

Prerequisiti: conoscenza base di internet e del world wide web.

Scopo del corso: Corso di Marketing e comunicazione caratterizzato da un approccio pragmatico e operativo finalizzato al raggiungimento degli obiettivi.

Gli aspetti informatici sono limitati ad approfondire le tematiche di marketing e non richiedono alcuna conoscenza o formazione tecnica pregressa.

Conoscere i fondamenti del web 2.0, il Marketing della relazione, il blog marketing, i Social Media e i principali sistemi di pubblicità e di Branding del Web 2.0

Conoscere le principali risorse per aprire un canale strategico di comunicazione con i propri clienti e aspiranti clienti.

Analizzare gli strumenti, le opportunità e i vantaggi che il Web 2.0 e i Social Media offrono al mondo delle imprese nel dialogo diretto con clienti e prospect.

Obiettivi: Al termine del corso l'allievo sarà in grado di:

- Conoscere il Web 2.0, il Social Marketing, il Marketing della relazione, il blog marketing
- Comprendere i vantaggi che il Web 2.0 offre al mondo aziendale
- Comprendere come gestire i principali strumenti di relazione con i clienti come i corporate blog
- Comprendere le logiche delle nuove forme di pubblicità su Internet.

Durata: 3 giorni



Contenuti

- Cos'è il Web 2.0
- Le tecnologie alla base del Web 2.0
- Il Marketing del Web 2.0:
 - i Social Media
 - il Blog Marketing
 - Il marketing della Relazione
- Fare pubblicità nel Web 2.0:
 - gli strumenti principali
 - La pubblicità Pay per Click
 - I comparatori di prezzi, l'evoluzione dei banner, e altre forme di pubblicità.
- I vantaggi del web 2.0 per grandi aziende, imprese e microimprese.
 - Le dinamiche dei Social Media
 - Case Histories di Corporate Blog
 - Case Histories di campagne pubblicitarie.