

# CORSO DI ALTA FORMAZIONE IN DIGITAL MARKETING

## DATE

23 gennaio

28,30 gennaio 4 febbraio

11,13 febbraio

19,26 febbraio

4,11,13,18 marzo

## ORARIO

9.00-13.00 (mod.1,2,3,4)

11.00-13.00/14.00-16.00 (mod 5)

## DURATA

48 Ore

## COSTO

### Associato

2.160€+iva prima iscrizione

30% di sconto dalla seconda

### Non Associato

2.880€+iva prima iscrizione

30% di sconto dalla seconda

## ONLINE MASTERCLASS (5 MODULI)

### 1 IL RUOLO DEI CANALI DIGITALI ALL'INTERNO DELLA STRATEGIA DI MARCA 23 gennaio

- comprendere le dinamiche dei nuovi media
- conoscere l'audience e la fruizione dei canali
- valorizzare e tutelare la reputazione di marca
- rendere il contenuto una leva di business e connessione con il target
- Digital scenario
- Il ruolo del digitale nel business
- consumatore e canali digitali
- dati, ascolto, analisi e strategia attraverso il digitale
- Identità di brand sui canali digitali
- Il contenuto come leva di coinvolgimento ed esperienza
- Social media policy e community management: regolamentare per prevenire

### 2 SOCIAL MEDIA COMMUNICATION: DALLA STRATEGIA ALLA CREAZIONE DEI CONTENUTI 28,30 gennaio 4 febbraio

- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- Dall'identità di marca al tono di voce sui social media
- Ruolo e caratteristiche dei principali social media
- Piano editoriale e real time contents
- Nuovi formati, nuove fruizioni, nuovi linguaggi
- Governance e content strategy
- INFLUENCER RELATIONS
- Digital influencer: categorie, identikit e ruoli strategici
- Ciclo di vita di un piano di influencer marketing
- Gli approcci earned e paid più efficaci
- Monitoraggio dei contenuti e misurazione dei risultati
- Rischi reputazionali

## UFFICIO FORMAZIONE

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302  
marika.petrillo@federlegnoarredo.it

Iscriviti  
qui

# CORSO DI ALTA FORMAZIONE IN DIGITAL MARKETING

- CONTENT CREATION
- Esercitazione in 4 step con il "Content Creation Canvas" di Pubblico Delirio, opera derivata dal libro "Business Content Creator" di Stefano Chiarazzo, edito nel 2024 da FrancoAngeli:
- Insight
- Narrativa
- Creatività
- Fattibilità

## **3 SEO, ADVERTISING E ANALYTICS PER LA CRESCITA ONLINE** 11,13 febbraio

- Introduzione al percorso e micro-momenti
- Obiettivi e panoramica del corso: Introduzione generale su SEO, Digital ADV e Analytics.
- Micro Moments: Concetto di "Micro Moments" nel percorso dell'utente online e come questo influisce su SEO e ADV.
- Il funnel di marketing digitale: Da "awareness" a "conversion" e l'importanza dei micro-momenti lungo il funnel.
- SEO on site
- Fondamentali della SEO On-Site: Struttura e ottimizzazione del sito web.
- Ricerca e selezione delle parole chiave: Strumenti e tecniche per trovare parole chiave rilevanti.
- Ottimizzazione del contenuto: Best practice per la creazione di contenuti ottimizzati (titoli, meta description, H1, immagini, ecc.).
- SEO tecnica: Ottimizzazione del codice e della struttura del sito (velocità, mobile, URL).
- Principali indicatori di performance: CTR, bounce rate, tempo di permanenza, posizionamento.
- SEO off site
- SEO off-site e link building: L'importanza dei backlink di qualità e delle strategie di outreach.
- Reputazione e trust: Fattori che influenzano l'autorità di dominio e l'importanza del brand nelle strategie SEO.
- Social signals e SEO: Come le attività sui social media possono influenzare il ranking SEO.
- Principali indicatori di performance: Numero e qualità dei backlink, domain authority, citazioni, menzioni.
- Digital advertising
- Fondamentali di digital advertising: Introduzione alle principali piattaforme di advertising online (Google Ads, Facebook Ads, ecc.).
- Creazione di campagne efficaci: Strutturare una campagna, scegliere il giusto target e impostare il budget.

### **UFFICIO FORMAZIONE**

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302  
marika.petrillo@federlegnoarredo.it

# CORSO DI ALTA FORMAZIONE IN DIGITAL MARKETING

- Formati pubblicitari e creatività: Display, search, social e video.
- Piattaforme e strategie di bidding: CPC, CPM, CPA e ottimizzazione delle campagne.
- Principali indicatori di performance: CTR, CPC, conversioni, ROI.
- Analytics e tracking fondamentali
- Introduzione ad Analytics: Panoramica degli strumenti principali come Google Analytics.
- Tracking e configurazione: Come impostare obiettivi e eventi per monitorare il comportamento degli utenti.
- Analisi dei dati: Lettura e interpretazione delle metriche chiave per ottimizzare SEO e ADV.
- KPI principali: Traffico, conversioni, tassi di abbandono, percorso dell'utente e funnel di conversione.
- Questo programma offre un equilibrio tra teoria e pratica, coprendo tutti i punti chiave per fornire una solida base in SEO, digital advertising e analytics.

## **4 CUSTOMER EXPERIENCE. PROGETTARE ESPERIENZE MEMORABILI CON LA LEVA DIGITALE**

19,26 febbraio

- Il ruolo e il valore delle esperienze nell'ecosistema di marketing, oggi
- Come identificare e tracciare i profili dei nostri utenti di interesse, esplorando anche gli spazi conversazionali digitali
- Come riuscire a mappare e analizzare il percorso degli stessi utenti verso l'interazione con noi e - possibilmente - la fidelizzazione di medio-lungo termine
- Come chiarire, in primis a noi stessi e secondariamente sul mercato in termini di marketing e customer engagement, la proposta di valore differenziante e i relativi punti di forza (gain) e di attenzione (pain)
- Il contributo dell'intelligenza artificiale ai temi affrontati

## **5 CORPORATE & PERSONAL REPUTATION: DALLA COSTRUZIONE ALLA COMUNICAZIONE**

4,11,13,18 marzo

- Comunicazione corporate: approccio strategico e applicazioni operative
- La Reputazione come fattore strategico per l'azienda e il singolo manager
- La Costruzione e comunicazione del Personal Branding dal CEO al Posizionamento
- La Comunicazione efficace della Sostenibilità e della DE&I

### **UFFICIO FORMAZIONE**

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302  
marika.petrillo@federlegnoarredo.it

# CORSO DI ALTA FORMAZIONE IN DIGITAL MARKETING

## I NOSTRI DOCENTI

Giovanna Ferrero [Clicca qui](#)

Stefano Chiarazzo [Clicca qui](#)

Alessio Pisa [Clicca qui](#)

Francesco Ragusa [Clicca qui](#)

Giulia Pagnoni [Clicca qui](#)

Andrea Innecco [Clicca qui](#)

Alberto Maestri [Clicca qui](#)

Lorenzo Brufani [Clicca qui](#)



**Iscriviti  
qui**

### UFFICIO FORMAZIONE

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302  
marika.petrillo@federlegnoarredo.it