Schede Corsi

Fastweb Digital Academy

a Bari

Digital Marketing dell'E.commerce per le PMI

L'e-commerce rappresenta oggi il 5% del commercio in Italia, ma ha già raggiunto valori pari al 20% in paesi quali l'Inghilterra. L'E-commerce è un nuovo canale commerciale, ma è anche una rivoluzione dei mercati e delle aziende, che richiede nuove competenze, trasversali alle funzioni aziendali tradizionali. Il corso ha lo scopo di fornire alle PMI le competenze di base per comprendere lo scenario digitale e le opportunità offerte dal marketing per l'E-commerce. Le piccole e medie imprese che parteciperanno al corso impareranno anche a gestire i principali canali di Digital Marketing dedicati all'E-commerce per accelerare il progetto digitale della propria azienda.

Il programma

- Lo scenario dei canali di Digital Marketing e dell'e-commerce
- I nuovi comportamenti di acquisto e le opportunità per l'impresa
- La mappa del Digital Marketing e i principali canali correlati
- Come usare Search, Social ed Email Marketing
- La gestione dei contenuti
- Marketplace e Digital export
- Il progetto Digitale dell'azienda

Competenze acquisite

Comprendere lo scenario digitale dell'E-commerce e le sue opportunità per le aziende

Gestire ed utilizzare i principali canali di Digital Marketing per l'E-commerce

Accelerare il progetto digitale dell'azienda

Durata: 1 giorno (7 ore)

Digital Marketing & Communication per le imprese B2B e B2C

Perché la mia Impresa deve utilizzare strumenti e strategie di Marketing Digitale? Quali sono i requisiti fondamentali per impostare una campagna digitale? Quali i requisiti specifici per le PMI? Come fare ad evitare che l'attività di presidio dei canali digitali sia Time Consuming? Quali sono gli errori che se non conosciuti porteranno al fallimento di un obiettivo aziendale? Questo workshop della durata di 7 ore aiuta manager e professionisti operanti nel mondo delle PMI a conoscere gli strumenti del Marketing Digitale, a mettere in pratica una strategia e a misurare l'efficacia dei risultati. Il corso ha un orientamento teorico pratico focalizzato su un apprendimento di concetti teorici tramite la loro messa in pratica.

Il programma

Parte prima: le logiche del digital advertising che coinvolgono il rapporto tra impresa e universo di consumo (B2B e B2C)

- Lo scenario: il digitale in Italia e in E.U.: dati e previsioni di evoluzione
- Che cosa è la trasformazione digitale e perché è imprescindibile per ogni tipo di impresa
- Che cosa si intende per SEA + SEO, Email Marketing
- Conoscere gli strumenti di individuazione dei bisogni latenti del target e di monitoraggio

Parte seconda: la costruzione di una strategia di marketing e comunicazione

- Definizione degli obiettivi della strategia digitale
- La scelta dei digital media e la integrazione nella strategia
- Kpi e sistemi di validazione della strategia

Competenze acquisite

Conoscere gli strumenti del marketing digitale per le PMI: scopi, funzioni, obiettivi

Mettere in pratica gli step fondamentali per definire una strategia digitale

Misurare: criteri di definizione degli obiettivi e del loro relativo Monitoraggio

Durata: 1 giorno (7 ore)

Digital Marketing Fundamentals

Il corso permetterà di ottenere una panoramica completa delle discipline del digital marketing. Lezioni in aula ed esercitazioni forniranno le nozioni fondamentali: come funzionano le logiche del digital advertising, quali obiettivi è possibile raggiungere e quali sono i cambiamenti introdotti dal digitale nella comunicazione interattiva. Cominceremo con una parte di introduzione allo scenario della comunicazione in generale, per poi passare ad analizzare nel dettaglio le logiche del marketing digitale e conoscere nello specifico i singoli veicoli. Ogni lezione sarà arricchita da case history e testimonianze per offrire una visione su tutti gli aspetti della pubblicità online.

Il programma

- Intro e scenario
- Basi teoriche
- Le logiche del Digital Advertising
- Gli strumenti
- E' previsto un assessment iniziale per la valutazione delle competenze di base del Marketing

Competenze acquisite

- Capacità di contestualizzare i fenomeni della comunicazione digitale, con utilizzo corretto e appropriato della terminologia e degli acronimi.
- Capacità di definizione degli obiettivi di comunicazione e di scelta degli strumenti di digital marketing adeguati in funzione degli obiettivi.
- Capacità di risposta al briefing di un cliente per attività di comunicazione digitale: dalla definizione degli obiettivi alla analisi del target, fino alla scelta degli strumenti e dei kpi di valutazione delle attività.

Requisiti per candidarsi

– Sei maggiorenne
– Sei in grado di comprendere testi in inglese
– Hai una o nessuna esperienza lavorativa
– Hai competenze base di Marketing
– Hai competenze base dei programmi Office
– Puoi garantire la presenza in aula quando previsto dal programma
– Ai partecipanti è richiesto di portare il proprio laptop

Durata: 2 giorni (16 ore)

Social Media Marketing

Il corso fornisce le tecniche, gli strumenti per ideare, pianificare e gestire una strategia di comunicazione attraverso i social media. Sviluppare una campagna di comunicazione attraverso i social network significa porsi obiettivi, definire una strategia, un piano editoriale, creare contenuti adatti ad ogni canale, promuovere attività di community building. Attraverso l'analisi di case study, best practice ed esercitazioni pratiche gli studenti capiranno come ideare e sviluppare una campagna di social media marketing per un brand, un prodotto, un evento o un'azienda. Ogni lezione sarà arricchita da case history e testimonianze per offrirti una visione su tutti gli aspetti della pubblicità online.

Il programma

- Analisi di benchmark
- Definizione degli obiettivi e KPI
- Content strategy, policy aziendale e crisis management
- Sviluppo del piano editoriale
- Monitoraggio
- Misurazione dei risultati
- E' previsto un assessment iniziale per la valutazione delle competenze di base del Marketing

Competenze acquisite

- Acquisizione delle conoscenze di base dei social media
- Definizioni, terminologia, concetti base
- Conoscenza del contesto in cui si muove la comunicazione digitale
- Trend del digital marketing
- Stesura di strategia e piano editoriale social
- Definizione degli obiettivi
- Analisi del target
- Studio del contesto
- Scelta degli strumenti
- Messa online
- Misurazioni e report

Requisiti per candidarsi

– Hai un età compresa tra 18 e 35 anni

– Sei in grado di comprendere testi in inglese

– Hai una o nessuna esperienza lavorativa

– Hai competenze base di Marketing

– Hai competenze base dei programmi Office

– Puoi garantire la presenza in aula quando previsto dal programma

– Ai partecipanti è richiesto di portare il proprio laptop

Durata: 2 giorni (16 ore)

Mobile Marketing

Il corso permetterà di ottenere una panoramica sul mondo del mobile marketing e, nello specifico, delle strategie e degli strumenti per incentivare il download e l'utilizzo delle app per smartphone e tablet. Scoprirai quali sono i principali strumenti di marketing utilizzati sia per acquisire nuovi utenti, come stimolare l'engagement e fidelizzarli. Il corso sarà strutturato con lezioni teoriche e pratiche che illustreranno lo scenario attuale delle app per smartphone e alle logiche della fruizione di servizi in "mobilità". Il corso continuerà poi con l'analisi dei singoli mezzi di comunicazione digitale più adatti per conseguire obiettivi di ingaggio e conversione ed una panoramica dei tool a disposizione per raccogliere ed analizzare i dati di utilizzo dell'app.

Il programma

- Introduzione e Scenario
- Consumer Behavior in un mondo "mobile first"
- Definire gli obiettivi della tua strategia mobile
- Gli strumenti e i mezzi
- Mobile Marketing Toolkit

Competenze acquisite

- Capacità di contestualizzare i fenomeni del mobile marketing, con utilizzo corretto e appropriato della terminologia e degli acronimi.
- Capacità di definizione degli obiettivi per una corretta strategia mobile e di scelta degli strumenti di digital marketing adeguati in funzione degli obiettivi.
- Capacità di individuare gli strumenti necessari per poter migliorare e ottimizzare l'esperienza d'uso delle app.

Requisiti per candidarsi

– Hai un età compresa tra i 18 e i 35 anni

– Sei in grado di comprendere testi in inglese

– Hai una o nessuna esperienza lavorativa

– Hai competenze base di Marketing

– Hai competenze base dei programmi Office

– Puoi garantire la presenza in aula a Milano quando previsto dal programma

– Ai partecipanti è richiesto di portare il proprio laptop

Durata: 2 giorni (16 ore)

Javascript for Web Designer

Introduzione alla programmazione con JavaScript per il web, con lezioni teoriche corredate da esercitazioni pratiche. Gli studenti dovranno essere familiari con i linguaggi HTML e CSS e aver almeno completato un corso di Livello Intermedio. Durante il corso si affronteranno i fondamentali del linguaggio JavaScript, così da essere in grado di rendere dinamico il contenuto delle pagine web. Saranno svolti vari esercizi pratici per esplorare il modo in cui JavaScript può arricchire le competenze in ambito di web design

Il programma

– Variabili e tipi di dato
– Espressioni e operatori
– Strutture di controllo e di flusso
– Array e oggetti
– Uso delle funzioni
– Manipolazione del DOM
– Gestione degli eventi

Competenze acquisite

– Creazione di una semplice applicazione Java
– Diagrammi di Flusso
– Programmazione ad oggetti

Requisiti per candidarsi

– Sei maggiorenne

– Sei in grado di comprendere testi in inglese

– Hai una o nessuna esperienza lavorativa

– Puoi garantire la presenza in aula quando previsto dal programma

– Ai partecipanti è richiesto di portare il proprio laptop

– Conosci o hai familiarità con le logiche di funzionamento di un computer e dei programmi

– Conosci o hai esperienza di rudimenti di programmazione

– Conosci o hai esperienza di metodologie di problem solving

Durata: 4 giorni (32 ore)