

MARKETING DIGITALE

Lezione 1: Introduzione al Digital Marketing e Analisi del Mercato

Argomenti: Cos'è il digital marketing e perché è importante per le micro imprese.

Comprendere il proprio mercato: analisi di mercato di base.

Introduzione a Google Trends e ricerca delle keyword con Google Keyword Planner.

Esercizi pratici su come identificare trend e parole chiave rilevanti.

Lezione 2: Identificare il Pubblico Giusto

Argomenti: Differenza tra domanda latente e domanda consapevole.

Tecniche per identificare e segmentare il pubblico target.

Esercizi su come creare profili di clienti ideali.

Case study e esempi di targeting efficace.

Lezione 3: Pubblicità su Facebook e Uso del Business Manager

Argomenti: Panoramica della pubblicità su Facebook.

Impostare e utilizzare Facebook Business Manager.

Creare campagne pubblicitarie su Facebook: targeting, budget e formati.

Best practice e consigli pratici.

Lezione 4: Pubblicità su Google

Argomenti: Fondamenti della pubblicità su Google.

Impostare campagne su Google Ads.

Targeting, scelta delle parole chiave e strategie di offerta.

Monitoraggio e ottimizzazione delle campagne.

Lezione 5: Creazione di un Sito Web e Importanza per la Pubblicità

Argomenti: Basi della creazione di un sito web: piattaforme, contenuti e design.

L'importanza di avere un sito web per le attività di marketing.

Soluzioni per chi non ha un sito: landing page e alternative.

SEO di base per il sito web.

Lezione 6: Misurazione e Analisi dei Risultati

Argomenti: Introduzione agli strumenti di analisi.

Come misurare il successo delle campagne pubblicitarie.

Interpretazione dei dati e decisioni basate sui risultati.

Ottimizzazione continua delle strategie di marketing

Docente: Sonia Bastiani