

COME FARSI TROVARE SUI MOTORI DI RICERCA E DARE VISIBILITA' AL PROPRIO SITO

Nella gestione di un blog o di un sito web è fondamentale prendere in considerazione tutte le logiche utili **al posizionamento e all'ottimizzazione su Google e sui motori di ricerca**, impostando strategie di **SEO** (Search Engine Optimization) per le ricerche organiche e **SEM** (Search Engine Marketing) per quelle a pagamento, al fine di **guadagnare visibilità online e generare traffico qualificato verso il proprio sito. Farsi trovare in Rete è imprescindibile per promuovere e sviluppare il proprio business online lavorando sul posizionamento del proprio sito Internet.**

Obiettivi del Corso

- Introdurre alle logiche dei i motori di ricerca;
- Comprendere come queste impattino sul nostro sito;
- Leggere i dati della web-analytics per ottimizzare le pagine e rendere più efficace il SEO ;
- Allargare lo sguardo al farsi trovare sulle piattaforme digitali;
- Capire opportunità e cautele derivanti dalla adozione dei social media: Facebook, Twitter e le altre piattaforme social;
- Commisurare obiettivi, sforzi e risorse in una strategia digitale.

Durata

1 giornata – 8 ore

Programma

Cambiano i media, cambia il business.

- Cambiamento del panorama media: come sta cambiando la fruizione dei mezzi a seguito della diffusione della Rete e del Mobile;
- Lo scenario del digitale in Italia e il ruolo del digitale rispetto agli altri media;
- Le tre parole chiave del 2012: **“Social, local e mobile”**. Quali modelli sottendono e con quali numeri;
- **Lunga coda e sapienza della folla**: come i grandi principi di Internet sono applicabili anche alla comunicazione digitale;
- La **vendita di contenuti digitali e lo sviluppo del business online**: modelli di business, cambiamenti in atto, cautele da adottare e opportunità da cogliere.

L'importanza di farsi trovare sulla Rete.

- I fattori di posizionamento su Google;
- La preconditione per ogni attività di marketing digitale: tracciare tutto ciò che accade con la web-analytics;
- Utilizzare Analytics per ottimizzare le pagine e rendere più efficace il **SEO**;
- Scelta delle keyword attraverso l'utilizzo degli strumenti appropriati (Google Insights, Google Trends...);
- L'indicizzazione nei motori di ricerca. Il SEO: tecniche, buone pratiche, casi di successo;
- Scegliere correttamente gli obiettivi di una strategia digitale;
- **L'importanza dei contenuti** per conquistare la parte sommersa dell'iceberg rappresentato dal nostro mercato;
- Come ottenere "back-link" ed incrementare la **link popularity** per il successo nel SEO;
- Come gli utenti possono aiutarci nel farci trovare e nel migliorare la nostra **reputazione** online;
- I canali di **web-marketing** e le modalità di acquisizione del traffico: Google Adwords, Facebook Ads, il performance marketing, DEM e newsletter.

L'uso dei social media per dare visibilità al proprio sito e far parlare di sé:

- I social media ed il valore del networking: **Facebook, Twitter e Google+**;
- Valorizzare la propria immagine sul web: come agire nella "Società della Reputazione";
- Il SEO non si fa solo con i contenuti: l'ascesa delle immagini e le opportunità offerte da **Pinterest**;
- Come Google sta introducendo la social search: Google+;
- Gli influencers e gli strumenti di ingaggio e di ascolto della rete;
- I video su **YouTube**;
- L'uso aziendale di **Yahoo Answers**;
- Il marketing virale.

La navigazione in mobilità

- Le **nuove frontiere del business si ampliano grazie a smartphone e tablet**;
- Sviluppare una strategia di Mobile Marketing;
- Strategie di promozione e diffusione delle **applicazioni sui diversi market**.