

Creare contenuti efficaci per il web



Obiettivi

"Produrre contenuti che stimolino l'interazione" è la maggiore difficoltà incontrata dalle aziende presenti sul web.

Lo scopo di questo percorso è fornire le basi per **creare contenuti efficaci** e diffonderli in rete in modo consapevole e produttivo, per fornire plus di valore agli acquirenti, aumentare i contatti, le vendite e fidelizzare la clientela.

Si affrontano tematiche utili alla costruzione di una **strategia di comunicazione on line** chiara e coerente, strutturata nel tempo, che sfrutti la potenzialità di una presenza in internet sempre più decisiva nei mercati attuali

Attività

- Analisi della situazione in essere, punti di forza e di debolezza, rischi e opportunità, valutazione degli obiettivi aziendali e delle reali potenzialità interne, valutazione dello scenario di riferimento e dei competitor.
- Pianificazione e organizzazione strategica delle attività evitando spreco di energie e risorse in presenze sul web prive di risultati.
- Apprendimento delle nuove regole di comunicazione ed esercitazione sulla creazione di contenuti efficaci
- Scelta ragionata delle piattaforme social in base agli obiettivi
- Misurazione e analisi dei risultati

Destinatari

Aziende, enti o professionisti che abbiano la necessità di costruire una presenza efficace sul web, coordinata e coerente agli obiettivi aziendali , in grado di fornire visibilità e attrarre clienti.

Durata

Gli argomenti sono organizzati per moduli minimi di 24 ore e seguono una logica progressiva di implementazione delle competenze secondo il livello di partenza di ogni azienda

Marco Vignudelli 335 7163829
marco.vignudelli@gmail.com
<http://www.marcovignudelli.com>

Programma

Analisi

- Analisi della situazione
- Definizione degli obiettivi
- Punti di forza e di debolezza
- Cosa fanno i concorrenti
- Rischi e opportunità in internet
- Definizione delle risorse interne (chi fa cosa) e scelta di priorità

Comunicazione

- A chi, cosa e come comunichiamo nel web
- Nuove regole di comunicazione e marketing nel web
- Dalla comunicazione unilaterale alla conversazione
- Vantaggi e insidie nella comunicazione bi-direzionale
- La propria voce, tono e stile
- Strumenti e regole di scrittura per il web ottimizzati per i motori di ricerca (titoli, sottotitoli, link ipertestuali)
- Esercitazioni: scriviamo i nostri contenuti (e titoli) in modo chiaro, sintetico ed efficace

Strategia

- Scegliere gli strumenti: testi, video, foto, newsletter, ebook, blog, podcasting
- Approntare il progetto e definire un calendario editoriale
- Nutrire la catena alimentare dei contenuti
- Condividere idee o risolvere problemi, non imbonire
- Prendersi cura degli utenti
- Analisi di casi concreti

Scelta e utilizzo delle piattaforme social

- Selezionare i social network su cui pubblicare i contenuti:
- Target, obiettivi e concetti fondamentali
- Facebook, LinkedIn, Google+, gestire profili, pagine, inserzioni
- Posizionamento e geolocalizzazione: Pinterest, Twitter, YouTube
- Esercitazioni sulla propria realtà

Misurazione dei risultati

- Tracciare il traffico del proprio sito,
- Analisi degli accessi, quantità e qualità dei visitatori
- Durata di una visita
- Ottimizzazioni per i motori di ricerca
- Ricerca delle parole chiave e tassi di conversione
- Analisi dei risultati
- Esercitazioni su casi concreti