

Gentile Candidato,

Il seminario “Web marketing: strategie, risorse e potere comunicativo di Google”, nasce dalla consapevolezza di fornire una conoscenza approfondita, chiara e spendibile del motore di ricerca Google, evidenziandone le potenzialità e le infinite risorse.

È il complemento didattico scaturito dall’uscita in libreria del manuale “Google Marketing – Guida al mercato più grande del mondo”, di Fabrizio Barbarossa, edito da Franco Angeli ed attualmente già in ristampa.

Il libro propone uno scenario che conduce il lettore all’esplorazione di un mondo interattivo che, pagina dopo pagina, diventa sempre più concreto e tangibile, fino a trasformarsi in business.

“L’idea”” viaggia attraverso l’analisi delle parole-chiave, l’accessibilità e l’esclusività del sito che la promuove, la curiosità e l’imprevedibilità dei visitatori, fino a diventare impresa, attraverso la nuova frontiera del marketing e della comunicazione pubblicitaria: Google.

Il web marketing non si sostituisce al marketing tradizionale: è la fusione tra queste due dinamiche di “fare marketing” che rende Google un potente strumento per realizzare un affare vincente e all’avanguardia.

Il corso si rivolge a tutti coloro che devono avviare, gestire o supervisionare una campagna di Google AdWords con Google nel settore B2B (business to business) o B2C (business to consumer).

In particolare, può risultare utile ed efficace per chi desideri incrementare, con traffico qualificato, i visitatori sul proprio sito o chi abbia bisogno di portare in breve tempo un alto numero di contatti sulle proprie pagine per azioni di supporto a lancio prodotti, iniziative di marketing o commerciali.

Le lezioni si svolgeranno in aula o online e saranno articolate come segue – siano esse lezioni del corso¹ base, intermedio o avanzato - :

-

Alle lezioni in aula - da svolgersi nell'arco di 2 giornate della durata di 8 ore ciascuna - si affiancheranno delle lezioni online, con tempi e modalità da definire sulla base delle iscrizioni.

A seguire, i costi dei corsi secondo le modalità di frequenza online e in aula:

1. **Formazione online** al costo di:
 - a. **Corso base:** € 99,00 + IVA, comprensivo di materiale didattico (scaricabile dal sito);
 - b. **Corso intermedio:** € 150,00 + IVA, comprensivo di materiale didattico (scaricabile dal sito);
 - c. **Corso avanzato:** € 450,00 + IVA, comprensivo di materiale didattico (scaricabile dal sito)
2. **Formazione in aula**², articolata in 2 giornate di 8 ore ciascuna, al costo di:
 - a. **Corso base:** € 600,00 + IVA, inclusi materiale didattico e manuale;
 - b. **Corso intermedio:** € 800,00 + IVA, inclusi materiale didattico e manuale;
 - c. **Corso avanzato:** € 1.200,00 + IVA, inclusi materiale didattico e manuale.

La formazione in aula si svolgerà a Roma, presso l'hotel Parco dei Pini, via Marcellino Champagnat, 2. Il complesso si trova nelle vicinanze della Fiera di Roma, del Palazzo dei Congressi, dell'Auditorium Massimo e del Palalottomatica.

Dal GRA: uscita 26 direzione EUR centro;

Dalla stazione Termini: metropolitana linea B, fermata Laurentina

In bus: numeri 780,714, 791

¹ Il corso base è propedeutico al corso intermedio, a sua volta propedeutico a quello avanzato. Coloro i quali necessitano di una formazione base per procedere con i livelli successivi, avranno diritto ad una vantaggiosa soluzione economica.

² La formazione in aula riguarda i corsi base, intermedio e avanzato (quest'ultimo di prossima attivazione). Verrà attivata con un minimo di 15 partecipanti e si svolgerà nell'arco di 2 giornate, ciascuna della durata di 8 ore.



Calendario attivazione corsi³:

- 29/30 ottobre
- 19/20 novembre

³ Il calendario può essere soggetto a variazioni dovute al numero di iscritti e/o al livello richiesto (base, Intermedio o avanzato). La divisione delle date suesposte in corsi “base” ed “intermedio” sarà effettuata alla luce delle iscrizioni pervenute e sarà comunicata ai corsisti a partire dalla data successiva quella di scadenza dell’iscrizione.

Programma dei corsi aula

- **Corso Base**

- **Corso Intermedio**

- **Corso Avanzato**

- **Programma corso base:**

Consigliato a:

- **Responsabili di Marketing**
- **Product e Brand manager**
- **Web Marketing manager**
- **E-business Manager**
- **Tutti coloro che desiderano utilizzare AdWords per fare pubblicità**

1. Introduzione al google Marketing

- Introduzione a Google e alla comunicazione
- I metodi di misura delle campagne pubblicitarie
- Google come strumento di comunicazione innovativa

2. Il processo di Google Marketing

- Il processo di Google Marketing
- Gli obiettivi del Google Marketing
- I principali strumenti di Google Marketing

3. Il mercato della visibilità

- Le fonti della visibilità
- Capire l'obiettivo di Google
- L'importanza del sito nel processo di Google Marketing
- Introduzione alla visibilità naturale
- Il PageRank

4. La visibilità a pagamento

- Introduzione
- AdWords Base: come realizzare la prima campagna pubblicitaria

- c. Il pay per click limit
- d. Perché realizzare una campagna pubblicitaria attraverso Google
- e. La redditività del processo di Google Marketing

5. Il processo di Google Marketing: una visione d'insieme

- a. L'uso in azienda del Google Marketing

• Programma corso intermedio

Consigliato a:

- **Responsabili di Marketing**
- **Product e Brand Manager**
- **Web Marketing Manager**
- **E-Business Manager**
- **ICT Manager**
- **Tutti coloro che desiderano utilizzare Google AdWords per fare pubblicità**

1. Introduzione al Google Marketing

- a. I metodi di misura delle campagne pubblicitarie
- b. Google come strumento di comunicazione innovativo

2. Il processo di Google Marketing

- a. Gli obiettivi del Google Marketing
- b. Il sito nel processo di Google Marketing
- c. La gestione nel processo di Google Marketing
- d. I principali strumenti di Google Marketing

3. Il mercato della visibilità

- a. Le fonti della visibilità
- b. I fornitori di contenuto e la pubblicità contestuale
- c. Il “magic moment”
- d. Quale strategia di competizione utilizzare

4. La visibilità naturale

- a. Capire l’obiettivi di Google
- b. La visibilità naturale
- c. Il PageRank
- d. La gestione delle sitemaps

5. La visibilità a pagamento

- a. AdWords Base: come realizzare la prima campagna pubblicitaria
- b. AdWords. Il livello intermedio di Google Marketing
- c. Il Pay per Click Limit
- d. L’ottimizzazione della campagna pubblicitaria: AdWords
- e. Perché realizzare una campagna pubblicitaria attraverso Google

6. Il sito nel Google Marketing

- a. Funzioni e obiettivi di un sito web
- b. Il sito per funzioni di Marketing e la Vendita
- c. Obiettivi di marketing per un sito

- 7. Le statistiche per il miglioramento di Google Marketing**
 - a. Introduzione al Google Analytics
 - b. La creazione dell'account delle statistiche
 - c. Dagli obiettivi alle cause
 - d. Impostazione ed analisi degli obiettivi con Analytics
- 8. Il processo di Google Marketing. Una visione d'insieme**
 - a. Google e il processo del Google Marketing
 - b. L'uso in azienda del Google Marketing
- 9. Case History**
 - a. Applicazioni pratiche
 - b. Esempi di processo di Google Marketing in azienda



- **Corso avanzato: in fase di attivazione. Riservato alle aziende**

Per informazioni contattare la Dott.ssa Del Sordo Arianna al numero: 085 4549825, oppure via email al seguente indirizzo: delsordo@enterprise-consulting.it



**ENTERPRISE
CONSULTING**
Sviluppare Imprese



**ENTERPRISE
CONSULTING**
Sviluppare Imprese