



Proposta Formativa

Corso “Web Marketing e gestione di Fiere ed Eventi”

Il corso, realizzato dalla Corporate Academy OB Service -“Città dei Maestri” in collaborazione con la Scuola Superiore dei Lions Clubs “Maurizio Panti” si rivolge principalmente a:

- Dirigenti e impiegati di strutture fieristiche
- Imprenditori, dirigenti e impiegati di aziende legate al settore fieristico

Le tematiche affrontate, in ogni caso, forniscono elementi interessanti e utili anche per chi non opera strettamente nel settore fieristico e quindi è adatto anche a:

Imprenditori, dirigenti, impiegati, diplomati e laureati e tutti quelli che desiderano mettere alla prova le loro competenze in materia di marketing e web marketing, applicandole alla gestione di eventi, fiere, attività imprenditoriali e di personal branding.

OBIETTIVI

Gestione digitale degli eventi: dei canali di comunicazione digitale e dei dati raccolti in occasione di eventi e manifestazioni fieristiche.

STRUTTURA DEL CORSO

Ore totali di formazione: 16, erogate in 4 sessioni di 4 ore ciascuna.

Modalità: il corso si svolgerà presso la Città dei Maestri ed in modalità on-line tramite piattaforma Zoom.

Nell’eventualità di diverse disposizioni, l’insegnamento si continuerà a svolgere online.

SEDE

Via Giuseppe Babbi, 7, Rimini (RN)

PREREQUISITI

- Non sono richieste competenze specifiche per la parte teorica, mentre per la sessione pratica è richiesta una buona manualità e confidenza con il computer.
- Per frequentare il corso è necessario essere muniti di computer portatile.

DOCENTI

Professori universitari, professionisti ed esperti del settore.

TEMATICHE

Non c’è dubbio che la presenza sui canali digitali, la conoscenza delle loro dinamiche ed evoluzione, l’applicazione del **digital** al marketing *tradizionale* (web marketing) rappresenti una competenza oramai imprescindibile per il successo delle attività imprenditoriali.

Far conoscere il proprio brand, individuare i clienti potenzialmente interessati ai prodotti e servizi di un’azienda, entrare in contatto con loro e farli diventare clienti sono attività e temi del marketing tradizionale che, grazie alle tecnologie digitali, sono diventate e stanno diventando sempre più articolate e puntuali.

Il *marketing* one-to-one, inimmaginabile fino a 10 anni fa, è ora realtà e siamo solo all’inizio di quella che è una rivoluzione totale nel modo di fare comunicazione d’impresa.

Di contro l’attività fieristica (e gli eventi in generale) rappresenta, ancora oggi, uno strumento importante per l’incontro di domanda e offerta e, ove ben gestito, uno dei più efficaci mezzi per costruire relazioni e

database commerciali che, se efficacemente gestiti (pre e post evento) costituiscono *asset* di grande valore.

La corretta gestione, ancorché digitale, degli eventi, dei canali di comunicazione digitale e dei dati che vengono raccolti in tali occasioni rappresentano l'obiettivo finale del corso, raggiunto mediante la trasmissione di concetti teorici e di *buone pratiche* secondo uno programma didattico che:

- Introduce gli elementi teorici del marketing e del web marketing, con particolare riferimento agli elementi "strategici"
- Espone strumenti, metodologie e casi di studio concreti
- Consente all'aula di *vedere* tali strumenti e metodologie all'opera anche tramite pratica diretta in aula

PROGRAMMA

Modulo 1 (4 ore)

- *Introduzione al web*
- *Elementi fondamentali del Marketing*
- *La necessità di un approccio strategico*

Modulo 2 (4 ore)

Il Web Marketing

- Esiste un modello di riferimento per il web marketing?
 - Funnel
 - Customer Journey / Emotional Journey
 - Micro Moments
- Quali strumenti per quali obiettivi?
- Disegnare il nostro pubblico: le buyer personas
- Dove sono i nostri potenziali clienti?
- Cosa cercano, in rete, i nostri potenziali utenti/clienti?
- Essere visibili in rete: Google e i motori di ricerca
 - La ricerca organica: Search Engine Optimization
 - Le campagne a pagamento: Search Engine Marketing
- Il sito aziendale come collettore dell'attività di web marketing (e delle conversioni)
- Monitoraggio del ritorno e azioni conseguenti
 - Cosa monitorare?
 - Quando monitorare
 - Microconversioni e conversioni
 - quali KPI utilizzare?

Modulo 3 (8 ore)

Social Media Marketing (4 ore)

- Perché utilizzare i social media per promuovere un evento o una fiera?
- Quale social per quale azienda e per quale evento?
 - LinkedIn
 - Facebook (con cenni di Instagram)
- Elementi strategici alla base di una campagna di social media marketing
 - immagine del brand,
 - analisi/definizione del target,
 - costruzione di un "pubblico profilato",
 - definizione della strategia di comunicazione
 - il piano editoriale e il calendario di pubblicazione
- Comunicare efficacemente l'evento. Alla ricerca del *contenuto ideale*
- Promuovere un evento mediante i social media: campagne a pagamento
- Monitoraggio del ritorno e azioni conseguenti: quali KPI utilizzare?

Mail Marketing (4 ore)

- Perché avviare una campagna di mail marketing per un evento?
- Acquisire e/o organizzare i propri contatti
- Elementi strategici delle campagne di Mail Marketing
 - analisi delle esigenze,
 - segmentazione del “pubblico”,
 - progettazione dei percorsi di conversione,
 - costruire un piano di comunicazione efficace
- Esiste il “post ideale”?
 - scrittura efficace
 - call to action
 - elementi grafici
- Strumenti per la gestione professionale delle campagne di mail marketing
 - Piattaforme di riferimento
 - Strumenti per l’automazione del mail marketing
- Monitoraggio del ritorno e azioni conseguenti: quali KPI utilizzare?
- In Action: gestire la mailing list pre e post evento

CALENDARIO

Lezioni il lunedì e il giovedì, dalle ore 15:00 alle ore 19:00, dal 20 luglio 2020 al 30 luglio 2020 (pubblicato nei siti: <https://www.cittadeimaestri.it> e <https://www.masterlions.org>)

COSTO

290 Euro + IVA 22%

ATTESTATO

Al termine del Corso sarà rilasciato un attestato di frequenza. Frequenza minima richiesta per ottenere l’attestato: 70% delle ore di formazione erogate per chi segue in aula. 80% delle ore di formazione erogate per chi segue in modalità on-line.

ISCRIZIONI

Il corso sarà attivato al raggiungimento del numero minimo di **15 partecipanti**, le iscrizioni – per garantire l’efficacia delle attività didattiche e il distanziamento sociale previsto dalla normativa vigente anti-Covid – sono limitate a un **massimo di 20**.

Per perfezionare l’iscrizione al Corso, compilare e inviare l’apposito modulo di domanda (scaricabile dal sito: <https://www.cittadeimaestri.it>) e la ricevuta/copia del Bonifico di pagamento della quota di iscrizione a favore di OB Service Città dei Maestri. IBAN IT30R0885224200030010273262 , Banca Romagna Banca, indicante il Cognome e Nome del partecipante e il Codice del Corso – WMKT1/2020 - all’indirizzo e-mail info@cittadeimaestri.it

INFORMAZIONI

Info@cittadeimaestri.it – Tel. 0541 783779, Tel.Mob. 370 3570464

sito internet: <https://www.cittadeimaestri.it>

info@masterlions.org

sito internet: <https://www.masterlions.org>

Allegato: Modulo di domanda

CITTA’ DEI MAESTRI Corporate Academy o Scuola d’Impresa, via Giuseppe Babbi, 7, 47924 Rimini RN

SCUOLA SUPERIORE DEI LIONS CLUBS “Maurizio Panti”, sede legale c/o Fondazione Lions Clubs per la solidarietà del Distretto 108A, via Guaccimanni, 18/20, 48100 Ravenna RA, sede operativa, Via Massimo d’Azeglio, 8, 47843 Misano Adriatico RN

