

TEMATICHE

La presenza sui canali digitali, la conoscenza delle loro dinamiche ed evoluzione, l'applicazione del digital al marketing tradizionale (web marketing) rappresentano una competenza oramai imprescindibile per il successo delle attività imprenditoriali.

Il corso di **Web marketing e gestione Fiere ed Eventi** fornisce tutti gli strumenti teorici e pratici ed espone le metodologie ed i casi studio concreti per far conoscere il proprio brand;

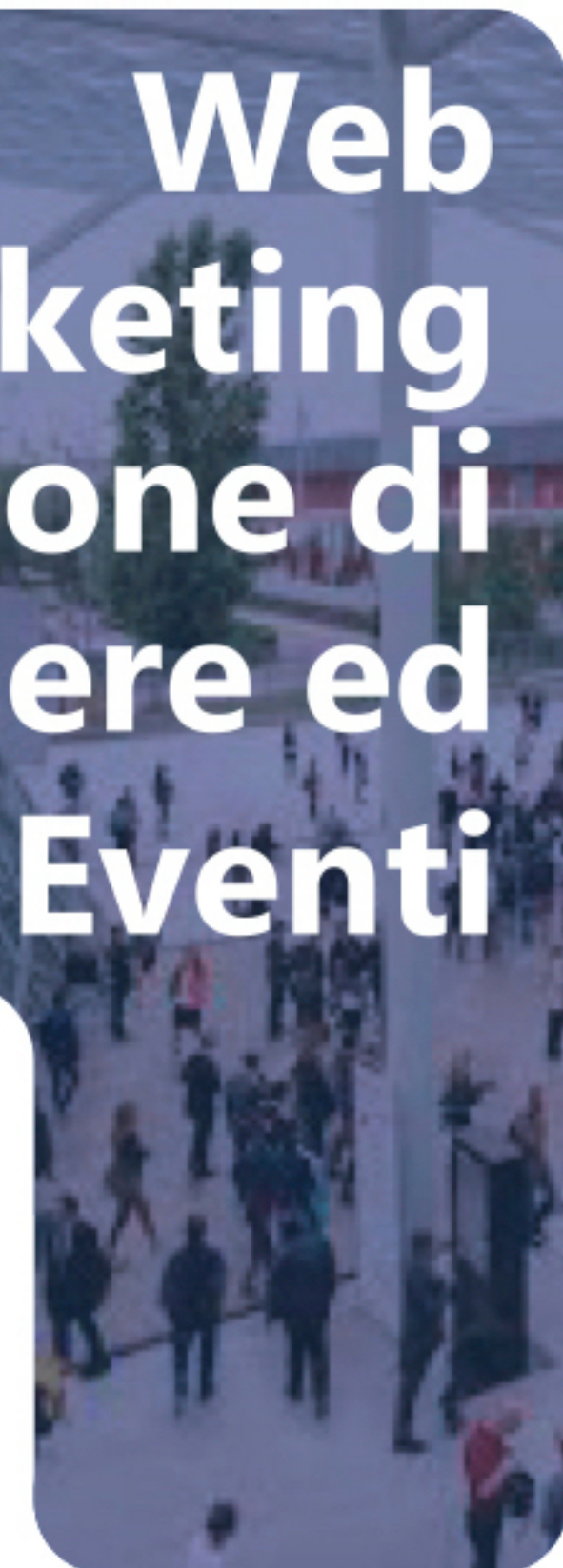
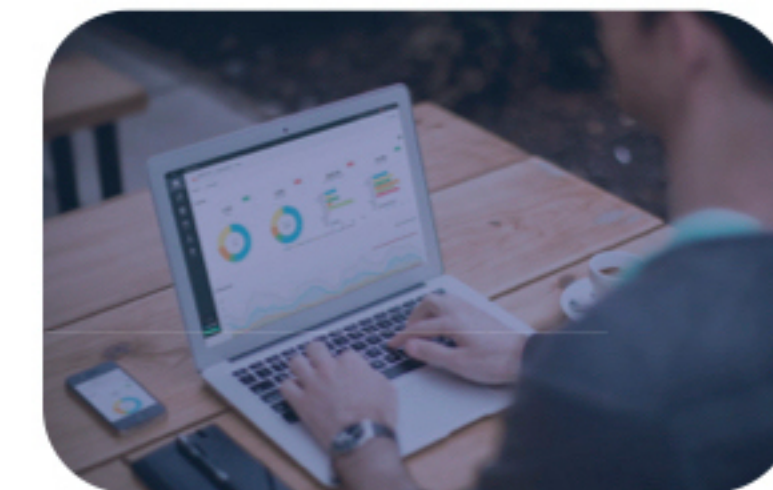
**inizio lezioni
settembre
2020**

individuare i clienti potenzialmente interessati ai prodotti e servizi di un'azienda; entrare in contatto con loro e farli diventare clienti sfruttando le potenzialità offerte

dalle tecnologie digitali. Sono previste pratiche dirette in aula per consentire a tutti i partecipanti di vedere tali strumenti e metodologie.



Web Marketing e gestione di Fiere ed Eventi



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

Proposta formativa e Modulo di domandai: www.cittadeimaestri.it e www.masterlions.org

CONTATTI CITTA' DEI MAESTRI

 info@cittadeimaestri.it

 (+39) 0541 783779
(+39) 370 3570464

 Via Giuseppe Babbi, 7 - 47924 Rimini


CITTÀDEIMAESTRI
UN PONTE TRA SCUOLA E IMPRESA

FONDAZIONE
LIONS CLUBS
per la
SOLIDARIETÀ
Distretto 103A



PROGRAMMA CORSO

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?
- 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

**IN SEDE E
MODALITA'
ON-LINE**

- Il sito aziendale come collettore dell'attività di web marketing (e delle conversioni)
- Monitoraggio del ritorno e azioni conseguenti

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?
- Elementi strategici alla base di una campagna di social media marketing
- Comunicare efficacemente l'evento.

**ATTESTATO
DI
FREQUENZA**

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)

COSTO

290 Euro + IVA 22%

- Perché avviare una campagna di mail marketing per un evento?
- Acquisire e/o organizzare i propri contatti
- Elementi strategici

delle campagne di Mail - Marketing

- Esiste il "post ideale"?
- Strumenti per la gestione professionale delle campagne di mail marketing
- Monitoraggio del ritorno e azioni conseguenti: quali KPI utilizzare?
- In Action: gestire la mailing list pre e post evento

DESTINATARI

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

PREREQUISITI

Nessuna competenza specifica per la parte teorica.
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.

ISCRIZIONI

Il corso sarà attivato al raggiungimento del numero minimo di 15 partecipanti, le iscrizioni – per garantire l'efficacia delle attività didattiche – sono limitate a un massimo di 20.

DOCENTI

Professionisti ed esperti di settore