



VERSO INDUSTRIA 4.0

IL PIANO CONFINDUSTRIA PER LA CRESCITA E L'INNOVAZIONE DELLE IMPRESE DELL'EMILIA-ROMAGNA



Corsi in ambito internazionalizzazione

Operazione Rif. PA. 2016-5452/RER approvate dalla Regione Emilia-Romagna con DGR n. 1450/2016 del 12/09/2016 e finanziate con fondi POR FSE 2014/2020 - Obiettivo tematico 8

Progetto 1 – edizione 20 “Strategie per il global business management”

Destinatari: Imprenditori e figure chiave di Piccole e Medie Imprese, liberi professionisti in possesso di partita iva, del settore costruzioni

Periodo di realizzazione: 20, 27 marzo 2018
dalle ore 9 alle ore 13 e dalle ore 14 alle ore 18

Tipologia: interaziendale

Durata: 16 ore di aula

Partecipanti: 8 partecipanti

Requisiti di partecipazione: le attività sono finanziate esclusivamente in regime di de minimis quindi le imprese e/o i professionisti che intendono aderire devono essere in regola con tale regime e rilasciare l'apposita dichiarazione.

La partecipazione al corso è gratuita.

Obiettivi

Il corso fornisce le conoscenze fondamentali per utilizzare le tecnologie digitali ed in particolare gli strumenti c.d “web” come leva di innovazione e crescita aziendale ed apertura verso l'internazionalizzazione. L'iniziativa formativa include un percorso pratico per consentire autonomia nell'impostazione e gestione di strategie immobiliari utilizzando i 4 canali principali dell'ecosistema del web:

- Il sito internet aziendale
- I motori di ricerca
- I Social Network
- Il Direct E-mail Marketing

Contenuti

Sito web come driver del valore - (4 ore)

Come strutturare un sito internet immobiliare per vendere immobili:

- Il posizionamento del sito sui motori di ricerca. Strumenti e tecniche.
- Tecnologie dei siti per corretta visualizzazione sui dispositivi mobili (Smartphone; iPhone, iPad e Tablet)
- Blog aziendale come strumento strategico di comunicazione al target

Sito Web: campagne pubblicitarie con Google AdWords e monitoraggio risultati del traffico – (4 ore)

Nozioni di base di creazione di una campagna online utilizzando la piattaforma Google AdWords e tecniche di creazione di una campagna con focus sull'offerta immobiliare.

Analizzare i risultati di un sito internet tramite gli strumenti Google Analytics e Google Search Console al fine dell'attivazione del monitoraggio e valutazione di azioni di ottimizzazione

Facebook – (6 ore)

Cos'è Facebook e come funziona. Differenza fra Facebook Advertising e Social Media Marketing. Come utilizzare il più famoso Social Network per proporre immobili sul mercato ed ottenere contatti qualificati.

Possibilità di raggiungere il target ideale potenziale di clientela.

Tipologie di campagne pubblicitarie e tecniche avanzate di profilazione del target clienti:

Direct E-Mail Marketing – (2 ore)

Che cos'è il direct e-mail marketing e l'utilizzo dello strumento per creare un rapporto di fidelizzazione dell'utente. Tecniche di scrittura di messaggi persuasivi di comunicazione ed utilizzo di una delle piattaforme più affermate sul mercato per la gestione di tale attività.

- Overview dello strumento di Direct E-Mail Marketing
- Utilizzo di Mailchimp
- Cenni strumento alternativo Getresponse

Docente: Gianluca Capone

Sede di svolgimento: I.I.P.L.E. – Istituto Istruzione Professionale Lavoratori Edili di Bologna via del Gomito 7 - Bologna

Referente: Elena Bortolotti (elenabortolotti@edili.com)

