

CORSO DI WEB MARKETING

Web marketing e social media specialist



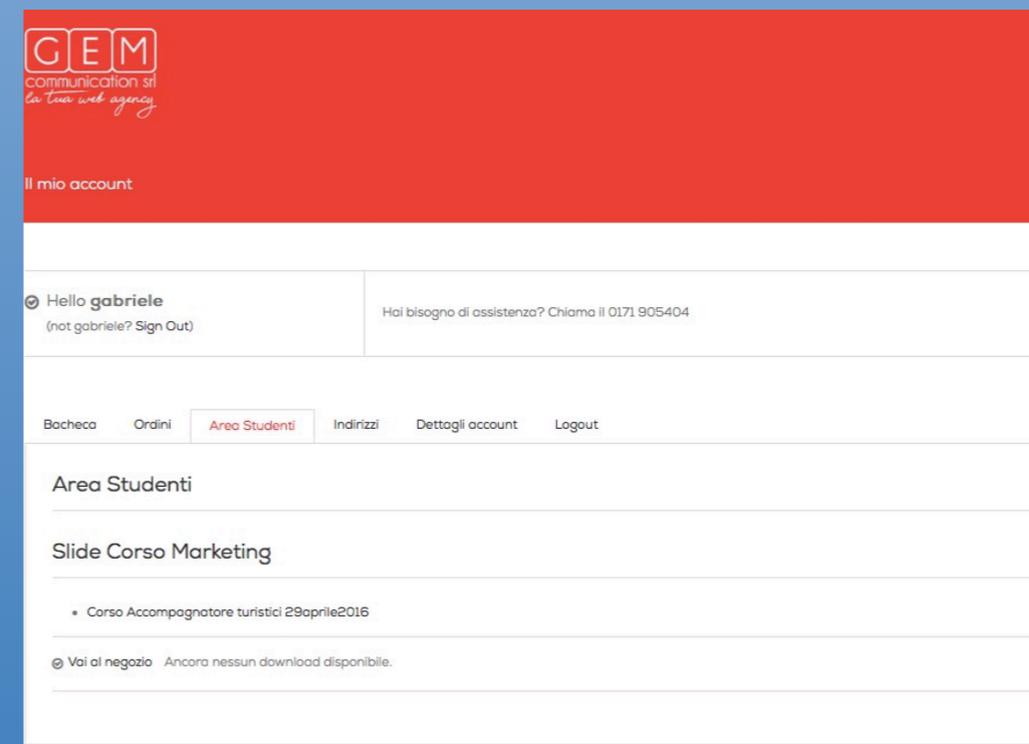
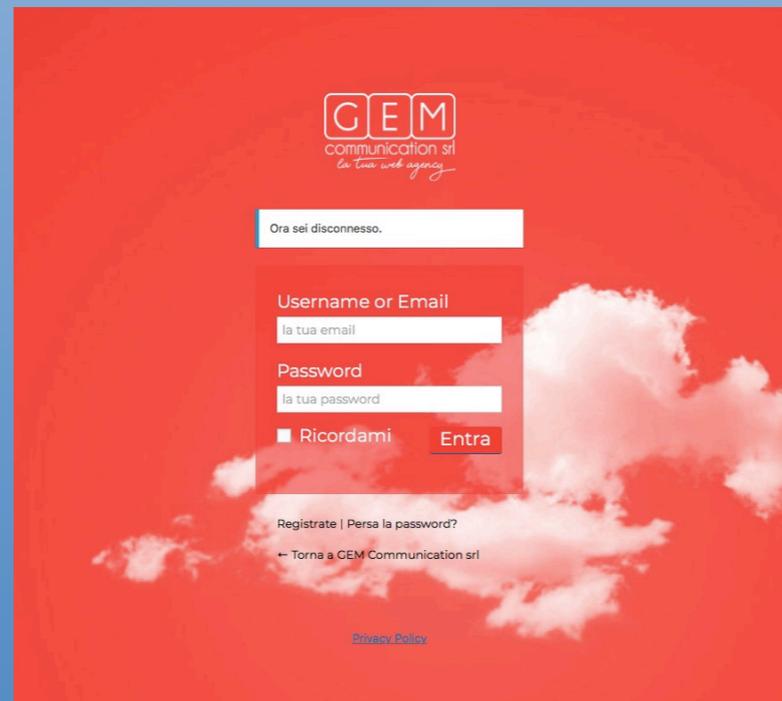
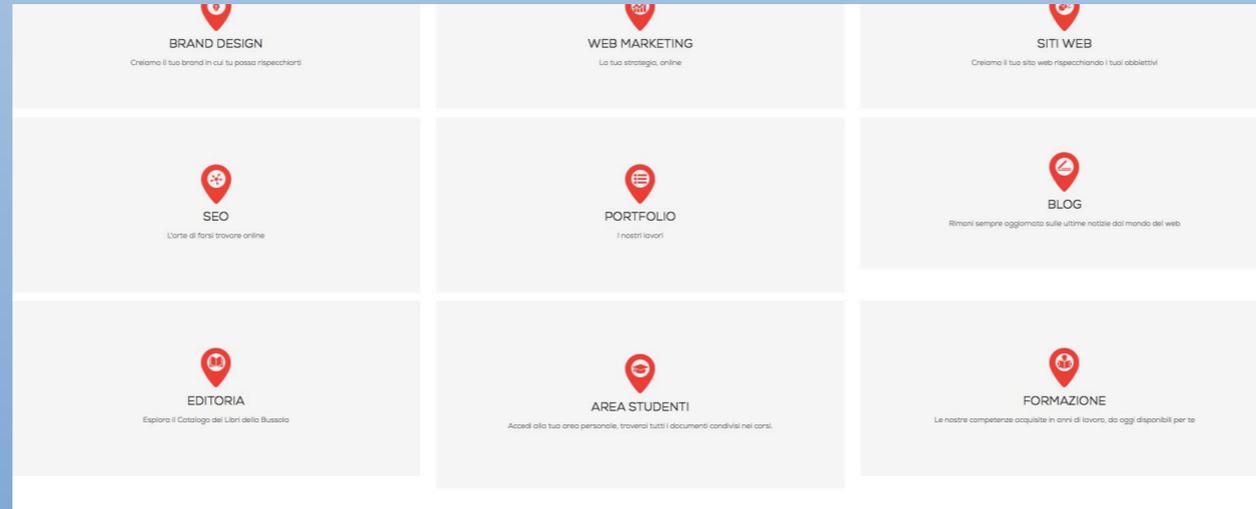
ing. Gabriele Polla Mattiot

(rev. 18/10/18)

13 ott 2018

Dove potete trovare il materiale?
su: www.gemcommunication.com

andate su **AREA STUDENTI** E logatevi



Un pò di cultura generale:

Qual'è la differenza tra marketing e comunicazione?

Nell'immaginario collettivo, i concetti di marketing e di comunicazione **tendono a**
sovrapporsi, fino a diventare sinonimi. E' un procedimento sbagliato

Per marketing si intende quell'insieme di tecniche che consente a una qualsiasi realtà operante in un contesto socio-economico, di raggiungere i suoi obiettivi. Questi possono essere sia di vendita, dunque quantitative, che di immagine, dunque qualitativi.

L'affermazione secondo cui il marketing "serve per vendere" è quindi falsa, o per lo meno riduttiva.

Ora, per raggiungere gli obiettivi, chi si occupa di marketing ha a disposizione varie "leve"

La comunicazione può essere definita come una "**sotto-leva**" della leva "promozione".

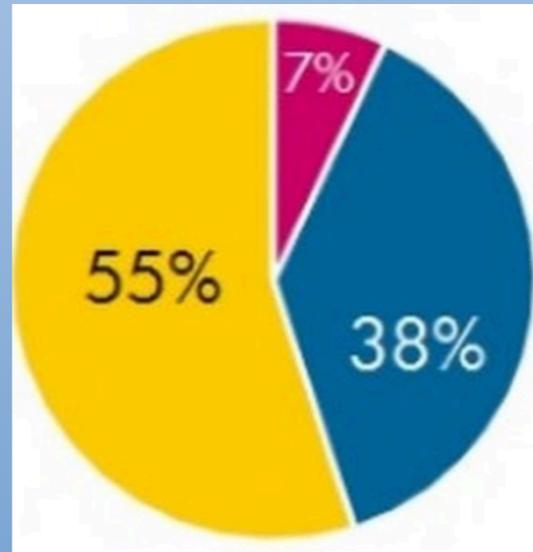
Chi sono i principali esperti di webmarketing in Italia?

Come si fa SEO?

Quali sono le logiche che guidano l'algoritmo di Google?

Partiamo da uno sguardo generale:

Come comunichiamo?



Verbale, Paraverbale, Non Verbale

... ora

Ragioniamo su come comunicano le aziende?

... facciamo la lista di azioni

Ragioniamo su come possono comunicare le aziende?

TV

- Free
- Pay
- Smart

PERSONALE E LOCALI aziendali:

- > Rappresentanti
- > Testimonial
- > Abbigliamento
- > Dettagli interni
- > Dipendenti

SCRITTO:

- Riviste/ Riviste
- SMS
- Mail
- Lettere
- Flyer/ Brochure/Depliant/ Biglietti da visita

A LIVELLO VOCALE:

- > Radio
- > Passaparola
- > Telefono

WEB:

- Forum
- Sito web, Portali, Piattaforme
- Skype
- App, ...
- Social - In
 - Facebook
 - Twitter
 - Flickr
 - Pinterest
 - LinkedIn
 - Vimeo
 - Youtube

PUBBLICITA' VARIA:

- > Fiere
- > Eventi
- > Merchandising
- > Striscione
- > Targa/ Insegna
- > Affissione

ON MOVE:

Auto, Tram, Bus, Metropolitana

Esplicitiamo gli step fondamentali
finalizzati alla **costruzione di un piano
di comunicazione:**

Cosa comunichiamo?

Messaggio?

A chi comunichiamo?

Target?

Profilazione?

Cosa ci rende unici?

**Cosa ci rende
diversi dagli altri?**

**Perché qualcuno dovrebbe
acquistare il vostro prodotto?**

No MODA

ma

Strategia

Simuliamo
...
Case study:
Agriturismo a
Limone Piemonte