



ADVANCED ACADEMY - CONTENUTI DEL CORSO



IL PROFILO PROFESSIONALE E LE COMPETENZE RICHIESTE – 8 ore (Galdus/axélero)

- Introduzione al percorso formativo - Il contesto di riferimento, lo scenario di mercato, il profilo professionale e le competenze richieste.



LA PUBBLICITA' NELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE – 20 ore (Galdus)

- L'evoluzione del marketing moderno: dalla vendita del prodotto, alla soddisfazione e fidelizzazione del target, alla "partecipazione a un mondo migliore";
- Web sites e social network - conoscenza e utilizzo "professionale" di Facebook, Google+, LinkedIn, Youtube, Instagram: caratteristiche e potenzialità di web marketing;
- Il SEM (Search Engine Marketing);
- Google Adwords (Search Display) programma pubblicitario di Google;
- comunicazione aziendale e interazione con gli utenti;
- Collegamento fra i social e il proprio sito: siti-vetrina e siti e-commerce;
- siti-web in versione mobile



COMUNICAZIONE PUSH E CRM – 16 ore (Galdus/axélero)

- La comunicazione push e la valorizzazione del Data Base clienti: piattaforme di mailing e analisi statistiche;
- Customer Relationship Management: i fondamentali e il metodo axélero.



WEB MEDIA MIX – 20 ore (Galdus)

- Social Media e Web Reputation;
- Strumenti di misurazione e analisi del proprio sito e della concorrenza;
- Benchmarking e report comparativi;
- Analisi dei dati statistici e utilizzo per ottimizzare la performance del sito (provenienza utenti, motori di ricerca, chiavi di ricerca, siti; geolocalizzazione);
- Analisi e valutazione dell'efficacia delle campagne Advertising e dell'indicizzazione e del posizionamento sui motori di ricerca (visite, pagine viste, nuovi visitatori, frequenza, distribuzione visite).



RISORSE E STRATEGIE DI VISIBILITA' – 8 ore (Galdus)

- Le tecniche base della SEO (Search Engine Optimization) per ottimizzare un sito per i motori di ricerca;
- Ricerca e analisi delle keywords;
- Le logiche che regolano il posizionamento dei siti web nelle pagine in risposta alle ricerche su Google;
- Orientamento proficuo dell'attività di marketing dell'azienda per renderla utile alle finalità SEO.



LA VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI – 32 ore (axélero)

- Le tecniche di vendita secondo il modello axélero;
- Pianificare obiettivi e attività;
- Le fasi del processo;
- Prepararsi alla visita;
- L'incontro con il cliente e l'analisi delle sue necessità in termini di comunicazione aziendale;
- Gestire l'interazione e le eventuali obiezioni;
- Chiudere il contratto;
- Monitorare l'andamento del servizio;
- Conoscere e saper presentare la gamma di prodotti e servizi axélero.



AVVIARE E GESTIRE L'ATTIVITÀ – 16 ore (Galdus/axélero)

- Elementi di contrattualistica;
- Avvio e gestione amministrativa dell'attività;
- Sicurezza: formazione generale dei lavoratori e formazione specifica per le aziende a rischio basso

Al termine dei moduli si terrà l'esame finale (test online o scritto) a cui seguirà valutazione stage.