



## FULL 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.



### COMUNICAZIONE E MARKETING – 32 ore (Galdus)

- Storia della rete e dello sviluppo dei siti;
- Nozioni di marketing e comunicazione istituzionale e promozionale: dal marketing tradizionale al web marketing e al social media marketing;
- Comunicazione aziendale e interazione col cliente: dal brief col cliente all'analisi del target di riferimento e della concorrenza;
- Analisi segmento business: B2C/B2B.



### WEB SITE ED ELEMENTI DI BRAND IDENTITY – 16 ore (Galdus)

- L'evoluzione del marketing moderno: dalla vendita del prodotto alla soddisfazione e fidelizzazione del target, e alla "partecipazione a un mondo migliore";
- Marchio, marchio logo, logotipo e claim.



### LA PUBBLICITÀ NELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE E I SOCIAL NETWORK – 24 ore (Galdus)

- I 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), il programma pubblicitario di Google;
- La comunicazione aziendale e interazione con gli utenti;
- Il collegamento fra i social e il proprio sito: siti-vetrina, siti e-commerce;
- Siti-web in versione mobile.



### COMUNICAZIONE PUSH E CRM – 20 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 – 24 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' – 16 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



### TECNICHE DI COMUNICAZIONE EFFICACE – 16 ore (Galdus)

- La comunicazione come processo: esporre, ascoltare, rispondere, persuadere;
- Creare sintonia con l'interlocutore: il potere delle domande e dell'ascolto attivo;
- L'importanza del linguaggio. Il linguaggio che informa e quello che emoziona;
- Comunicazione paraverbale e non verbale: l'utilizzo consapevole della voce, dello sguardo, della gestualità e della postura;
- Presentare sé stessi, un prodotto, un servizio.



### LA VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI – 64 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 – 20 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.