

CORSO

STRATEGIA E TECNICHE DI WEB-MARKETING PER IL MONDO B2B

Hotel La Gare, Via Pirelli 20, Milano | 10 aprile 2017



FOCUS ON:

- Google Analytics e CRM aziendale per sviluppare azioni di MARKETING AUTOMATION in ambito B2B
- L'uso dei Social Media professionali per generare LEAD



CONTENUTI

Il corso intende sollevare cautele e opportunità per chi, nel marketing e nella comunicazione delle imprese, deve rivedere i propri piani di lavoro.

Il mondo delle imprese che operano nei servizi B2B, ha inoltre la possibilità di:

- acquisire nuovi lead ed accrescere la notorietà dei propri brand grazie all'uso del proprio know-how in chiave di content marketing
- analizzare il proprio mercato di riferimento, differenziandosi dalla concorrenza e mettere a fattor comune le proprie specificità accrescendo competenze anche in ambito commerciale

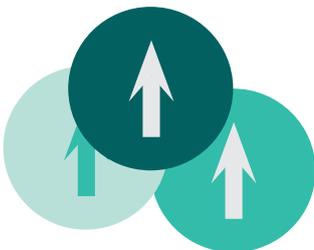
PERCHÈ TIG ACADEMY

Un progetto formativo che si rivolge a professionisti e manager di aziende con diversi ruoli e funzioni che hanno bisogno di aggiornare le proprie competenze e vogliono essere coinvolti nella trasformazione digitale per “essere protagonisti e non followers”.

Sono stati quindi pensati **corsi a calendario ed eventi formativi** che si avvalgono del contributo di **analisti, consulenti e specialisti certificati**.

Il programma sarà inoltre arricchito da **testimonianze aziendali di manager ed esperti del settore coinvolti attualmente negli eventi e programmi di TIG**.

La proposta di TIG Academy prevede inoltre la possibilità di sviluppare corsi in house e progetti ad hoc sviluppati secondo le specifiche esigenze del cliente.



PROGRAMMA

1° PARTE. CAMBIANO I MEDIA. CAMBIA IL BUSINESS.

• Cambiamento del panorama Media

- **Il Web:** il protagonismo dei social media e dei motori di ricerca nel ridisegnare le dinamiche della Rete e le strategie di web-marketing

• La pre-condizione di ogni attività di Marketing Digitale

- **La web analytics:** strumenti di tracciamento e metriche di business con cui valutare la nostra performance
- Il collegamento fra **Google Analytics ed il CRM aziendale per sviluppare azioni di marketing automation** in ambito business-to-business: webinar, brochure, cataloghi aziendali, newsletter, ...

2° PARTE. L'IN-BOUND MARKETING: FARSÌ TROVARE SUI MOTORI DI RICERCA.

• L'importanza del sito e delle sue funzionalità relazionali

- **Il blog aziendale,** divenire editori di noi stessi. Accreditarci la nostra competenza sulla Rete e diventare leader di settore.
- Il **piano editoriale** e la presenza negli ambienti rilevanti.
- Le funzionalità di **ingaggio proattivo** sul sito per massimizzare i contatti commerciali.

• L'uso dei social media professionali per generare lead

- **Linkedin, Slideshare. E Facebook?** Qualche numero sui Social Media internazionali (Vkontakte, WeChat ...)

OBIETTIVI

Una giornata di corso per:

- **utilizzare** il digitale come strumento di marketing e comunicazione per le aziende dell'ambito B2B
- **posizionare** correttamente la nostra attività sulla Rete per renderla capace di produrre contatti qualificati
- **gestire** al meglio la presenza sui social media



B2B

DELLA GIORNATA

• Farsi trovare sui motori di ricerca in ambito B2B

- Fondamenti di **SEO** (Search Engine Optimization): tecniche, buone pratiche, casi di successo

• Farsi trovare sui mercati esteri

- Basi di indicizzazione di un sito sui principali motori di ricerca internazionali (Baidu, Yandex) ed esempi di marketplace internazionali (Alibaba, Rakuten, Ozon, Allegro, ...)

3° PARTE. L'OUT-BOUND MARKETING.

LA GENERAZIONE DI CONTATTI COMMERCIALI ONLINE

• Introduzione alle tecniche di lead generation

- Come tradurre la presenza sul digitale in contatti utili e costruirsi un database clienti. Strumenti di comunicazione e di promozione sulla Rete.

• L'e-mail marketing

- Come usare al meglio le newsletter e le comunicazioni aziendali per percorrere al meglio il ciclo di vita di un cliente.
- La **lead nurturing**

DESTINATARI

Il corso è rivolto alle seguenti figure: **CIO, responsabili organizzazione, responsabile marketing, amministratori delegati, direttori generali, responsabili risorse umane, responsabili commerciali, responsabili di produzione, responsabili acquisti, responsabili e-commerce, liberi professionisti e tutti coloro che hanno necessità di acquisire competenze nell'ambito social e digitale.**

IL PARERE DI TIG

Il corso sarà inoltre integrato con alcuni interventi da parte degli analisti di The Innovation Group sull'inquadramento, sui trend e scenari del mercato, focalizzandosi sulle tematiche trattate.



Elena VACIAGO
ASSOCIATE RESEARCH MANAGER

DOCENTE

Andrea BOSCARO

Fondatore del think tank dedicato al marketing digitale The Vortex (www.thevortex.it), ha lavorato in Vodafone, in Lycos ed è stato per sei anni Amministratore Delegato di Pangora (poi entrata nel gruppo americano Become); autore dei volumi "Tecniche di web-marketing" (www.facciamoecommerce.it), "Portare clienti nel nostro negozio con Internet" e "Fare politica Digitale" editi da Franco Angeli, è un formatore legato ai temi dell'e-business, dei social media e dell'editoria digitale.





INFORMAZIONI GENERALI

SEDE E ORARI DEL CORSO

Il corso si terrà a Milano il 10 aprile 2017, presso Hotel La Gare - Via Pirelli, 20

Per ulteriori informazioni su come raggiungere l'hotel: <http://lagarehotelmilano.it/dove-siamo/>

Orari della giornata

9.30 – Registrazione dei partecipanti

10.00 – Apertura del corso a cura di The Innovation Group

17.30 – Chiusura della giornata

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Full Price: € 600,00 + IVA

Early Booking per chi si iscrive entro il 31 MARZO: €40,00 + IVA

Per più partecipanti dalla medesima azienda: -5% da applicare alla tariffa sopra esposta

La quota di partecipazione comprende il rilascio della documentazione proiettata durante il corso e i servizi di catering.

A conclusione del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione.

MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

È possibile iscriversi al corso in due modalità:

- compilando il form riportato nel seguito e inviandolo via e-mail all'indirizzo: academy@theinnovationgroup.it

- tramite il form di registrazione presente sul nostro sito: <http://www.theinnovationgroup.it/form-discrizione-ai-corsi/?lang=it>

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Bonifico bancario intestato a:

The Innovation Group S.r.l. - Banca CREDITO VALTELLINESE - Filiale Ag. 23 di MILANO IBAN: IT36L052160162800000000517

L'iscrizione sarà confermata al momento del ricevimento, da parte di The Innovation Group, della scheda d'iscrizione completa dei dati anagrafici e di fatturazione. Il pagamento della quota dovrà essere effettuato a seguito dell'e-mail di conferma registrazione partecipante, entro la data d'inizio del corso.

Per Informazioni: Segreteria Organizzativa TIG Academy | 02 87285512 | E-mail: academy@theinnovationgroup.it



MODULO ISCRIZIONE

STRATEGIA E TECNICHE DI WEB-MARKETING PER IL MONDO BUSINESS-TO-BUSINESS | MILANO, 10 APRILE 2017

Nome		Cognome	
Qualifica		Società	
Via	CAP	Città	Prov.
Tel.		Fax	
Cell.		Email	

Dati per la fatturazione:

Ragione Sociale		
Via	CAP	Città
C.F.		P.IVA

- N.B. in caso di esenzione iva ex artt.8, 8bis e 9 decreto IVA allegare dichiarazione d'intento a: The Innovation Group Srl
- Dichiaro di essere a conoscenza delle condizioni di vendita relative alla TIG Academy
- Il sottoscritto, preso atto dell'informativa rilasciata a norma dell'art. 13 del D.lgs. 196 del 2003 e leggibile qui
A. relativamente alla prestazione del consenso al trattamento dei dati per la finalità di invio di comunicazioni commerciali da parte di The Innovation Group s.r.l.:
 Presta il consenso Non presta il consenso
B. relativamente alla prestazione del consenso al trattamento dei dati per la finalità di comunicazione dei dati a The Vortex per l'invio di comunicazioni commerciali e promozionali di servizi offerti dalla medesima:
 Presta il consenso Non presta il consenso

Luogo e Data _____

Timbro e Firma _____