



TITOLO: WEB MARKETING

- CONTENUTI:
- Il piano di Web Marketing: analisi, risorse e strategie;
 - La gestione dei contenuti: cosa pubblicare e cosa no;
 - Lo studio dei collegamenti chiave del sito;
 - La parola chiave (keyword) e la sua importanza;
 - Utilizzo corretto di Tag e Meta-tag;
 - Ottimizzare la struttura ipertestuale del sito;
 - Ottimizzare testo, immagini e video;
 - Directory e motori di ricerca;
 - La web analytics ed il test multivariato: tecniche per l'auditing ed il monitoraggio del traffico (Google Analyticst e Google Optimizer);
 - Nuovi strumenti: wiki e blog;
 - I tag cloud, la social navigation ed il social bookmarking;
 - Facebook e gli altri: i social media come strumento di promozione e relazione con gli utenti;
 - Newsletter o mailing list?;
 - Utilizzare i Feed RSS per la propagazione capillare degli aggiornamenti dei contenuti;
 - I nuovi linguaggi per la comunicazione efficace nel web 2.0;
 - Gestione di brand reputation e brand identità;
 - Multimedia 2.0: veicolare audio e video tramite podcast e servizi di video sharing (Youtube);
 - Viral Marketing: come far diventare virale un'idea;
 - Pubblicità contestuale: strumenti per campagne pay-per-click (google AdWords);
 - Portali e strumenti di affiliazione;
 - La Link Popularity ed il Page Rank.