

**diventa
DIGITAL**

in 6 mosse

**54 FORMAZIONE
ore GRATUITA** per le PMI

**settembre
ottobre**


Ancona
Via Ing. Roberto Bianchi

 **071 29 048 205**
 **333 93 57 361**

PMI DIGITALI

2^a edizione

***Formazione Digitale
per le Piccole e Medie Imprese***

@

**CONFINDUSTRIA MARCHE NORD
Sede territoriale di Ancona**

Percorso Didattico “PMI Digitali2”

Il programma si sviluppa in **sei unità formative monografiche** e si pone l’obiettivo di fornire modelli di business, strumenti e tecniche per operare nel mondo digitale, affrontando tematiche che vanno dalla comunicazione digitale (social, content e storytelling) all’analisi dati, dall’ottimizzazione dei motori di ricerca ai processi di comunicazione e business automatizzati, dal mondo finanziario della nuova “economia crittografica” alla tracciabilità dei sistemi di pagamento digitali.

Ogni giornata di corso alterna **momenti di lezione frontale**, in cui vengono trasmessi i concetti teorici, a **sessioni dal taglio laboratoriale**, in cui attraverso le esercitazioni pratiche ed esperienziali i partecipanti applicano le nozioni teoriche a casi reali (lavorando anche sulla propria realtà aziendale).



	MODULI	ORE DI FORMAZIONE	DATA
1	BITCOIN, BLOCKCHAIN E CRIPTOMONETE	6 ore (1 giornata)	Giovedì 6 settembre 10:30 – 13:30 13:30 – 17:30
2	SEO & SEM STRATEGY (livello avanzato)	12 ore (2 giornate)	Lunedì 10 settembre 10:30 – 13:30 14:30 – 17:30 Martedì 11 settembre 10:30 – 13:30 14:30 – 17:30
3	DIGITAL ANALYTICS	8 ore (1 giornata)	Martedì 18 settembre 09:30 – 13:30 14:30 – 18:30
4	CONTENT MARKETING E STORYTELLING	8 ore (2 giornate)	Giovedì 4 ottobre 14:30 – 18:30 Venerdì 5 ottobre 09:30 – 13:30
5	UNIFIED COMMUNICATION	12 ore (2 giornate)	Giovedì 11 ottobre 10:00 – 17:00 Venerdì 12 ottobre 10:00 – 17:00
6	SOCIAL FOR BUSINESS	8 ore (1 giornata)	Martedì 16 ottobre 09:00 – 13:00 14:00 – 18:00

TOT. 54 ORE DI FORMAZIONE GRATUITA



Obiettivi del percorso:

- Acquisire informazioni e competenze fondamentali ad operare nel panorama economico-finanziario delle criptovalute e in particolare del bitcoin.
- Conseguire capacità teoriche e tecniche sulla funzionalità, l'applicabilità e la sicurezza della rivoluzionaria tecnologia blockchain.
- Sviluppare abilità pratiche per operare sui principali exchange; aprire e-wallet per qualsiasi criptovaluta e utilizzare adeguatamente le principali criptovalute e le funzioni ad esse collegate, oltre a saperle mettere in sicurezza.
- Imparare a selezionare e gestire i social media per raggiungere obiettivi aziendali, fare targeting dell'audience aziendale sulle piattaforme social, imparare a implementare un social customer care e a creare campagne pubblicitarie su Facebook e Twitter, saper fare comunicazione B2B su LinkedIn.
- Digitalizzare la funzione marketing dell'azienda e avviare un processo di allineamento tra area marketing e area vendita.
- Acquisire le metriche fondamentali di misurazione e monitoraggio delle performance per valutare il ROI su attività digitali.
- Migliorare la visibilità sui motori di ricerca e ottimizzare i tassi di conversione per ampliare la base clienti.
- Imparare a raccontarsi sul web, a scrivere articoli ottimizzati per i motori di ricerca, a gestire un blog aziendale e, più in generale, fare *content marketing* e *storytelling* in rete.

UNITÀ 1

Bitcoin, Blockchain e criptomonete

6 settembre 2018 ore 12:00 – 18:00

Che cos'è il Bitcoin e come funziona?

Bolla delle bolle o valuta del futuro?

Come si investe attraverso le criptomonete?

Cos'è la rivoluzionaria tecnologia blockchain e dove si applica?

Come si apre un e-wallet? Come si mettono in sicurezza le criptovalute?

*“**Bitcoin** non è un sistema per guadagnare moneta Fiat per diventare milionari; è semplicemente **il sistema di pagamento più tracciabile e sicuro** che sia mai stato inventato dalla civiltà umana”. Gian Luca Comandini*

Programma (6 h)

Lezione frontale

- Blockchain, la tecnologia a “catena di blocchi”.
- Applicazioni della nuova organizzazione dati
- Bitcoin, l'oro digitale
- Criptovalute: funzionamento delle monete digitali
- ICO - Initial Coin Offering. Rischi e opportunità

Applicazioni pratiche e case history

- Come creare un wallet
- Come operare su exchange
- Quali wallet ed exchange scegliere
- Come conservare in modo sicuro le proprie criptovalute
- Come utilizzare bitcoin, ethereum e le criptovalute

Docenza

Gian Luca Comandini

Classe 90. Innovator, Esperto di finanza criptovalutaria (Bitcoin), Blockchain entrepreneur e fondatore di Assobit (l'associazione italiana delle imprese e degli imprenditori che operano con la tecnologia blockchain). Docente di Web e Social Media Marketing presso Università 'Sapienza', opinionista e consulente RAI, Co-founder di 10 Volte Meglio e You&Web - società leader in Italia nella generazione di trend e mode su web e social network.



UNITÀ 2

SEO & SEM Strategy – LIVELLO AVANZATO

10-11 settembre 2018 ore 10:30-17:30

Programma (12h)

I GIORNO – SEO

Lezione frontale (mattina)

- Riepilogo dei concetti base sulla SEO e su Google
- I nuovi algoritmi del posizionamento organico (machine learning)
- L'ottimizzazione per topic o per cluster di keyword
- La long tail e la medium tail
- Uso avanzato di Screaming Frog, SEMrush e Majestic
- Funzioni principali di Google Search Console
- Direttive SEO avanzate: Rel Canonical, Redirect, Rel Prev e Rel Next

Applicazioni pratiche e case history (pomeriggio)

- Fare una SEO Audit di un sito con Screaming Frog e SEMrush
- Trovare le keyword più importanti per un sito in un determinato settore di business
- Uso avanzato del plugin SEO Yoast di Wordpress
- Creare e ottimizzare una pagina con Wordpress

II GIORNO - SEM

Lezione frontale (mattina)

- Cos'è la SEM e in cosa differisce dalla SEO
- Quando investire nel PPC e perché
- Come progettare una campagna search con AdWords
- Definire le keyword con tutti i 4 tipi di corrispondenze
- Scrivere l'annuncio e le estensioni
- La landing page e l'a/b test

Applicazioni pratiche e case history (pomeriggio)

- Setup di una campagna search di prova con AdWords
- Studio delle key con lo strumento di pianificazione delle parole chiave di AdWords
- Scrittura di un annuncio di prova
- Scrittura di estensioni
- Esempio di monitoraggio e ottimizzazione delle conversioni

Docenza

Luca De Berardinis

Dal 2007 si occupa di SEO e Content Marketing e dal 2012 lavora in Sandhills Italy Srl, dove porta avanti progetti di comunicazione online per importanti aziende di diversi settori come Kasanova, Moduli.it, CercoCamion.com, diverse sedi della Wall Street English. La novità di ciò che propone ai corsi è il modus operandi. Un approccio diverso al Digital Marketing che pone al centro di tutto la persona e le sue reali esigenze.



UNITÀ 3

Digital Analytics

18 settembre 2018 ore 9:30 – 18:30

Programma (8 h)

Lezione frontale

- L'importanza della digital analytics
- Come e cosa misurare
- Tipi di KPI
- Stilare un piano di misurazione
- La conversion rate (CR)
- Il ritorno sull'investimento (ROI)
- Come funziona Google Analytics
- Tracking code e data Hit
- Come impostare il tracciamento
- Cenni su Google Tag Manager

Applicazioni pratiche

- Panoramica dei report di Google Analytics
- Metriche e dimensioni
- Comparazione e filtri
- Canali e modelli di attribuzione
- Eventi, conversioni, monetizzazione e transazioni eCommerce
- Report avanzati
- Dashboard e report personalizzati
- Misurare per ottimizzare: Heatmaps e A/B testing

Docenza

Paolo Di Pierdomenico

Appassionato di informatica, ha lavorato in proprio e come programmatore e analista presso varie aziende, tra cui sette anni presso Engineering Spa come responsabile di prodotto e team leader. Dal 2014 lavora a tempo pieno in Argoserv, web agency di cui è tra i fondatori, dove conduce progetti di sviluppo web e di SEO tecnica.



UNITÀ 4

Content Marketing e Storytelling

4 ottobre 2018 ore 14:30 – 18:30

5 ottobre 2018 ore 9:30 – 13:30

Programma (8 h)

Lezione frontale

Definire la Strategia

- Content Strategy: il ciclo progettuale e le competenze necessarie
- Analizzare contenuti, persone, competitor
- Definire gli obiettivi e i relativi KPI
- Case History

Organizzare un Narrative Plan

- Raccordo su Content Strategy
- Cos'è il Narrative Plan
- Modelli Balanced & Unbalanced
- Applicazioni e Case History

Content Design

- Diversi approcci al contenuto
- Come progettare contenuti di engagement
- I cerchi dell'interazione: un modello di riferimento

Channel Design

- Il modello di riferimento
- Diverse tipologie di fonti
- Una fonte aggiuntiva: l'influencer
- Il Content Marketing Canvas
- Case History
-

Storytelling

- Benjamin e il concetto di esperienza
- Le funzioni narrative di Propp
- Attanti e archetipi
- L'evoluzione delle aziende: lo storytelling organization
- Come cambia l'incontro marca-consumatore

Applicazioni pratiche e case history

- Progettazione di una Content Strategy
- Definizione di una struttura narrativa

Docenza

Francesco Gavatorta

Editor della sezione Social Media di Ninja, docente di Storytelling, collabora con diverse agenzie di comunicazione come Strategic Planner e digital storyteller. Co-autore di 3 libri sul tema del Content Marketing & Storytelling, dimostra che la comunicazione di prodotto può diventare interessante, che la pubblicità può essere anche bella e coinvolgente e che c'è posto anche per un animo creativo nel mondo del lavoro.



UNITÀ 5

Unified Communication

11 ottobre 2018 ore 10:00 – 17:00

12 ottobre 2018 ore 10:00 – 17:00

Programma (12 h)

Lezione frontale

- Unified Communication: tecnologie di comunicazione integrata
- Tutto sul Marketing Automation
- Relazioni tra sistema di vendita e automazioni web
- CRM: scelta di strumenti tecnologici che validano una strategia di successo
- Costruire e tracciare i processi di business aziendali per velocizzare e ottimizzare l'offerta di prodotti e servizi

Applicazioni pratiche e case history

- DEMO ed esperienze reali sulla tecnologia

Docenza

Moreno Perticaroli

Business Developer: professionista capace di creare percorsi e reti di contatti volti ad aumentare il profitto di un'azienda, muovendosi in team con il marketing manager e il sales manager. Esperto di marketing e di comunicazione visiva è consulente strategico e Customer Developer Manager. Specialista di sistemi di Marketing Automation nel settore ICT e specialista Software interbancario, telefonia Voip, Unified Communications, CEBP.



UNITÀ 6

Social for business

16 ottobre 2018 ore 09:00 – 18:00

Programma (8 h)

Lezione frontale (mattina)

- Strategie di comunicazione aziendale
- Evoluzione dei social media
- L'importanza della comunicazione integrata
- Come impostare una corretta strategia sulle piattaforme Social
- Earned, Owned e Paid media
- Le opportunità offerte da Facebook per il business
- L'algoritmo di Facebook
- Impostare i contenuti prima ancora della pubblicità
- Facebook e Twitter Ads: struttura, funzionamento e pianificazione delle campagne
- Leggere ed interpretare i risultati sui Social Media
- Strategie di Remarketing
- Cosa sono le Tendenze Sponsorizzate
- Le campagne per acquisire follower, clic e conversioni
- LinkedIn for business

Applicazioni pratiche (pomeriggio)

- "Social games"

Docenza

Luca La Mesa

Presidente Procter&Gamble Alumni Italia. Premiato da P&G Alumni Global tra i "40 under 40" più meritevoli in tutto il mondo. E' specializzato in strategie avanzate di social media e ad oggi si divide tra la consulenza verso i top brand (Francesco Totti, Pirelli, FENDI, Fiorello, Olimpiadi di Rio de Janeiro 2016, Cornetto Algida, Mediaset, Comitato Digitale per Matteo Renzi) e la formazione in ambito Universitario in John Cabot, HEC Paris, Rome Business School e altre università in Italia e all'estero. Singularity University Ambassador, selezionato per l'Hive Global Leaders Program @HARVARD 2016. TEDx Speaker. Top Teacher Ninja Academy. Vincitore per due anni consecutivi, come mentor di Wind Startup Award.



IL PERCORSO FORMATIVO E' COMPLETAMENTE GRATUITO
GRAZIE AL CONTRIBUTO DELLA



I POSTI SONO LIMITATI

SARA' DATA PRECEDENZA ALLE AZIENDE ASSOCIATE
E A COLORO I QUALI GARANTIRANNO LA PARTECIPAZIONE
ALL'INTERO PERCORSO FORMATIVO
(TUTTI E 6 I MODULI)



PER ISCRIZIONI E INFORMAZIONI

Confindustria Marche Nord sede territoriale di Ancona
Area Direzione – Marketing e Sviluppo Associativo
Oriana Torregrossa Tel: 071 29 048 205

 3339357361 | e: torregrossa@confindustria.an.it