

Web marketing e e-commerce: come creare un proprio negozio on line e accelerare le vendite

Lunedì 1 ottobre (Parte I) e 15 ottobre 2018 (Parte II)
Centro Congressi Ville Ponti | Varese
Orario: 9.30-13.30

L'e-commerce sta diventando sempre più un'opzione importante con dinamiche di crescita e sviluppo importanti. Capirne le dimensioni, le logiche, le opportunità e le nuove dinamiche (omnicanalità, mobile, social commerce) è fondamentale per pianificare un'attività di e-commerce di successo, avendone chiari i rischi e le opportunità.



Obiettivi

- Posizionare correttamente l'e-commerce all'interno della propria organizzazione
- Promuovere le vendite utilizzando le tecniche del web-marketing
- Usare al meglio i social media per vendere online
- Inquadrare il business digitale all'interno di una prospettiva di multicanalità ed omnicanalità

Programma

Il lancio di un'attività e-commerce

- Cambiamento del panorama media: come sta cambiando la fruizione dei mezzi -dal punto di vista dell'intensità e della qualità -a seguito della diffusione dei social media e degli smartphone. I numeri in campo e i modelli che sottendono.
- Il mondo dell'e-commerce oggi e domani. Marketplace, social commerce, mobile commerce: come il commercio elettronico sta evolvendo in uno scenario di cambiamento del commercio e del percorso decisionale dei consumatori. Le strategie omni-canale.
- I comparatori di prezzo. Il database marketing e l'importanza dei contenuti testuali, visuali e user-generated.
- Le operations dell'e-commerce. Pagamenti, infrastruttura, customer care, post-purchase: quattro aree cruciali per il successo di un'attività di vendita online.

Promuovere un sito e-commerce

- Farsi trovare su Internet: la SEO. Come cambia dopo le nuove revisioni dell'algoritmo di Google e il ruolo delle schede prodotto per far vendere un negozio online.
- L'importanza dell'ottimizzazione mobile in un'ottica mobile first
- La pre-condizione di ogni attività online: la web analytics. Strumenti di tracciamento e metriche di business. I nuovi strumenti offerti da Google: Tag Manager e Universal Analytics.
- E-mail marketing e lead generation. Il ruolo del CRM per fidelizzare gli utenti e accrescere i ricavi.

I social media per vendere

- Vendere grazie ai social: esempi da seguire e da evitare di uso dei social media per il commercio elettronico. I social plugin e le applicazioni OpenSocial al servizio della personalizzazione dell'esperienza di navigazione e scelta dell'utente.
- Vendere sui social: applicazioni ed ambienti di social commerce. Come esserci e come usare correttamente Facebook, Instagram e Pinterest. Algoritmi, piani editoriali, modalità di uso dei social media da parte dei siti di e-commerce migliori

Docente: Roberto Fuso Nerini

Da più di 30 anni nel mondo del marketing e della comunicazione, dal 2007 ha portato l'esperienza consolidata, nei settori della comunicazione web e dei media digitali collaborando con importanti agenzie specializzate nel settore. Dal 2011 associato presso The Vortex, si occupa di progetti di formazione, training e consulenza sui temi della trasformazione digitale. Principali aree di competenza: web marketing, social media marketing, e-commerce, relazione digitale e personal branding.