

Web Copywriting & Social Media Strategy

Lunedì 22 Giugno 2015

08:30 Registrazione

09:10 Panoramica su content marketing e social

Dall'hard al soft marketing passando per l'interactive content marketing: com'è cambiato il modo di fare marketing con i contenuti? Parleremo di quanto sia importante per le aziende fare inbound marketing e presidiare i social, conoscendone le funzionalità, gli obiettivi, la natura e il registro comunicativo.

09:30 Apertura dei lavori

Valentina Falcinelli, Ceo - Pennamontata

11:00 Coffee break

11:30 I pilastri di un buon blog aziendale e di una pagina social

Come dovrebbe essere un buon blog aziendale? Forma, contenuti, formattazione, tone of voice, UX: tutti gli ingredienti per fare business blogging come si deve.

Sui social, un brand deve comunicare in modo conversazionale e sfruttare al meglio gli spazi a sua disposizione. In questa parte del corso scopriremo come fare branding attraverso i principali social network.

12:30 Esempi di blog aziendale e pagine social di brand

Quali sono i format grafici più funzionali per ciascun canale? Quale il copy da privilegiare? Passeremo in rassegna alcuni esempi di blog aziendali e pagine social da cui prendere ispirazione.

13:30 Lunch

14:30 Gli strumenti utili per una strategia di blogging

Come scegliere gli argomenti da trattare, quali strumenti utilizzare per coordinare il lavoro col resto del team, quali tool utilizzare per incrementare la produttività e quali KPI prendere in considerazione.

15:00 Dalle keyword ai topic

La Seo è cambiata. Google parla chiaro: dobbiamo scrivere per il lettore, non per il motore. In questa parte della lezione ci focalizzeremo sull'importanza di una scrittura pubblico-centrica, che privilegi la ricchezza dei topic rispetto all'abbondanza delle parole chiave.

16:00 Come impostare un calendario editoriale

Un buon content editor sa che lavorare in maniera programmatica, strategica e ordinata è fondamentale. Assieme vedremo perché creare un calendario editoriale, come impostarlo e quali strumenti utilizzare.

17:00 Fine lavori

Web Copywriting & Social Media Strategy

Martedì 23 Giugno 2015

08:30 Registrazione

09:00 Apertura dei lavori

Valentina Falcinelli, Ceo - Pennamontata

10:00 Norme di qualità per Google

Per lavorare sul web bisogna sempre tenere a mente un fattore: la qualità. Qui passeremo in rassegna le norme di qualità di Google e scopriremo quali dovrebbero essere, secondo il motore di ricerca, le caratteristiche di una pagina considerata "di qualità".

10:30 Controlli pre/post pubblicazione

Premere il tasto "pubblica" è facile; spesso, però, lo si fa con troppa leggerezza. In quest'ultimo modulo scopriremo l'importanza di utilizzare una checklist di controllo pre e post-pubblicazione

11:00 Laboratorio

Scrittura di un blog post. Ricerca dei topic da utilizzare, lavoro di redazione dei contenuti e studio della struttura della pagina per la miglior UX possibile

13:00 Fine lavori

Media Partner :

