

SMX Milan BootCamp 2015

Mercoledì 11 Novembre 2015

10:00 Apertura dei Lavori a cura del Chairman

Gianpaolo Lorusso, Founder - ADworld Experience

SEO & LINK BUILDING

Si parte dalla verifica di eventuali problemi strutturali lato SEO degli esempi proposti, per arrivare a capire come si fa un'analisi keyword e come si ottimizza di conseguenza un sito web per i motori di ricerca. Poi si passerà a capire quali sono le strade da percorrere per procurarsi link a prova di Google. Quali tool è possibile usare per monitorare i risultati e verificare eventuali inconvenienti e per procurarsi i link partner ideali.

Fabio Sutto, Digital Strategist and Owner - Performance Based IT
Dario Ciraci, SEO e Social Media Strategist - Web In Fermento

SOCIAL

Si parte da una verifica dei contenuti disponibili per la condivisione, per arrivare ad abbozzare una linea ed un piano editoriale sostenibile con le forze dell'azienda. Quali Social sono i più adatti a seconda del mercato di riferimento e dei contenuti disponibili? Creazione diretta o acquisto all'esterno (come, dove, quando e a che prezzi)? Come e quando condividere i contenuti nei social? Durante tutto il laboratorio si imparerà anche ad utilizzare i tool più utili per il Social Media Marketing e le PR digitali.

Andrea Boscaro, Founder and Associate - The Vortex
Claudio Gagliardini, Influencer - Seidigitale.com

LOCAL & BRAND VISIBILITY

Si parte dalla verifica della visibilità nelle mappe di Google, per arrivare a impostare correttamente la propria pagina Google+ My Business per tutte le sedi locali dell'azienda. Quali sono i siti importanti per la visibilità nelle mappe e i tool principali che si possono usare? Come dominare le pagine dei risultati geolocalizzati per le ricerche locali e per il proprio nome brand? I tool indispensabili e i "trucchi del mestiere" local.

Luca Bove, Local Marketing Expert - Local Strategy
Veronica Rizzo, Web marketing and SEO Specialist/Consultant - IM Evolution

ADWORDS

Si parte dall'impostazione della struttura delle campagne, per arrivare alla verifica del livello di ottimizzazione dell'account. Rete Search o Display (quando, come e perché)? Scegliere le parole chiave e scrivere annunci ed

estensioni. Business to Business e Business to Consumer cosa cambia e come adattare le campagne.
Tracciare le conversioni e capire dove e quanto investire.

Gianpaolo Lorusso, Founder - ADworld Experience
Francesco Tinti, Owner - Active Mind

ANALYTICS

Si parte con i principi di base di funzionamento di Analytics e la verifica di eventuali problemi nel tracciamento delle visite, per arrivare a capire quali dati guardare e perché. Sulla strada occorrerà valutare le problematiche più comuni e la loro risoluzione, quali azioni di conversione impostare a seconda del sito e come tracciarle. Dashboard e viste utili per blog, e-commerce, siti Business to Business, siti di servizi locali. Tool utili, e qualche esempio di impostazione di monitoraggio tramite Google Tag Manager.

Enrico Pavan, Founder, Analyst & CRO - Analytics Boosters
Gabriele Rapino, Head of Digital Consulting - DataBeat

N.B. Il pranzo non è previsto nella quota d'iscrizione

17:30 Chiusura dei Lavori