

Il corso prevede **esempi pratici** e proiezioni con **simulazioni sul web** per comprendere good and bad practices.

PER INFORMAZIONI

contattare la segreteria organizzativa:
Polo Universitario Asti Studi Superiori –
Centro di Alti Studi Superiori
per la Cultura e il Territorio
e-mail: culturaterritorio@uni-astiss.it
Tel. 320/0989626

PARTNERS

UNI-ASTISS POLO UNIVERSITARIO
www.uni-astiss.it ASTI STUDI SUPERIORI



ASTIGIANDO.it

TURISMO ED EVENTI IN LANGHE, MONFERRATO E ROERO

CASAT

Centro Alti Studi Astigiani per il Territorio

CASAT

Centro Alti Studi Astigiani per il Territorio

Segreteria di Direzione
c/o UNIASTISS - P.le De André
(ex caserma Colli di Felizzano)
Cell. 320/0989626
E-mail: culturaterritorio@uni-astiss.it



OBIETTIVI

Lo sviluppo intelligente del settore turistico e culturale può costituire un veicolo promozionale e un volano per lo sviluppo economico dei paesaggi vitivinicoli di Langhe, Roero e Monferrato.

Questo è possibile a condizione di sfruttare le opportunità di crescita offerte dal loro riconoscimento come patrimonio UNESCO.

I seminari e i corsi fanno leva su questo vantaggio del territorio e si propongono di trasmettere migliori capacità di valorizzare le sue risorse per offrire un prodotto turistico e culturale competitivo.

DIDATTICA

Le esperienze formative sono caratterizzate dalla presenza di personale docente qualificato e da un forte approccio operativo. Ogni modulo prevede una fase dedicata ad affrontare i casi pratici posti dai partecipanti.

INFORMAZIONI OPERATIVE

Il costo dell'intero corso è di **euro 95 IVA inclusa**.

Le lezioni si terranno presso Il **Polo Universitario Uniasstiss** - Piazzale de André - Asti.

Le iscrizioni dovranno pervenire via e-mail all'indirizzo: culturateritorio@uni-astiss.it entro giovedì 31 marzo 2016. Il pagamento dovrà essere effettuato all'atto dell'iscrizione seguendo le indicazioni fornite dalla segreteria organizzativa e all'atto dello stesso verrà emessa regolare fattura. Il corso verrà attivato qualora vi siano almeno 5 iscrizioni. In caso di mancata attivazione del corso le quote di iscrizione verranno rimborsate entro 7 giorni dal termine ultimo di iscrizione. In caso di rinuncia alla frequenza del corso o di assenza allo stesso la quota d'iscrizione versata non verrà rimborsata.

MARKETING STRATEGY PER LE IMPRESE

sabato 2 e 9 aprile 2016

Dalla strategia di web marketing all'attuazione dei piani di azione

Ing. Chiara Rigoli, FOUNDER E CEO ASTIGIANDO.IT



Passare dalla strategia di web marketing alla sua attuazione pratica, sviluppare un **piano d'azione** per definire: a) chi fa che cosa b) con quali strumenti e risorse c) come ottimizzare gli **investimenti**, d) cosa delegare ad un consulente e) cosa fare internamente. Valutare la presenza/**reputa-**
tion online come strumento di ricerca dei punti di forza e di debolezza di un'attività. Analizzare le **performance** delle azioni di web marketing per capirne l'efficacia.

Sabato 2 aprile 2016: ore 9 -13

Marketing web strategy: analisi e strategia

Il marketing tradizionale: il brand, i punti di forza e le esigenze del cliente target

Avere chiari gli obiettivi: awareness, lead, customer care

Analizzare lo stato attuale: presenza, visibilità, reputazione, il mercato, i clienti e gli influenzatori; Progettare una Digital Strategy, tecniche di inbound e lead generation, local marketing.

Sabato 9 aprile 2016: ore 9 - 13

Marketing web strategy: il piano operativo

Il piano operativo per intercettare e fidelizzare i potenziali clienti:

scegliere le persone giuste: risorse interne o consulenti esterni?

scegliere il canale corretto: sito internet, mailing list / newsletter o canali social?

scegliere le tecniche per distinguersi: SEO /SEM (parole chiave e link building), storytelling e native advertising;

stipulare un calendario redazionale: quali contenuti e con che frequenza?

Misurare i risultati: digital analytics;

Conclusioni