On-line Marketing: le nuove modalità del marketing in rete

Lo sviluppo di Internet ha attraversato e ridefinito tutte le forme di comunicazione e informazione più classiche e consolidate; inoltre, grazie allo sviluppo di applicazioni più recenti e all'incremento di utenti e finalità di utilizzo, ha pervaso tutti i settori della vita sociale e professionale, con profonde implicazioni socio-economiche. Il Web, in particolare, ha fin da subito messo in rilievo rinnovate possibilità e opportunità per il commercio e l'economia in generale, ma soprattutto per il marketing e le sue leve. Oggi il Web si configura come nuovo supporto digitale in grado di modificare, influenzare e migliorare politiche aziendali tradizionali e strategie di marketing consolidate. Per le aziende diventa indispensabile rileggere le politiche di comunicazione aziendale e di marketing alla luce dell'evoluzione del Web e soprattutto della sua versione 2.0.Il seminario indaga sul percorso evolutivo del marketing nell'era del Web e del Web 2.0 - con riferimento alle nuove strategie e ai nuovi strumenti di comunicazione - e fornisce spunti di riflessione per valutarne le opportunità, le criticità e le prospettive di sviluppo all'interno delle aziende.

Agenda (2 giorni)

Lo scenario evolutivo del marketing:

dal Marketing orientato al prodotto al Consumer Driven Marketing
il Piano di Marketing e il Marketing Mix tradizionale
On-line Driven Marketing.

Il Marketing On-line nel Web 1.0:

differenze tra On-line Marketing e Marketing tradizionale
direct E-mail Marketing
Permission Marketing
SEM - Search Engine Marketing
Keyword Advertising.

Il Marketing On-line nel Web 2.0:

differenze tra On-line Marketing 1.0 e 2.0
il Piano di Web 2.0 Marketing
il Web 2.0 Marketing Mix.

Le nuove strategie di On-line Marketing:

Viral Marketing e Word of Mouse
Guerrilla Marketing
Community Marketing.

I nuovi strumenti di Marketing On-line:

Corporate Blog
Corporate Social Network Site
Wiki Marketing
Corporate Podcasting
Widget Marketing.

Il mercato e le prospettive aperte:

la diffusione delle politiche di On-line Marketing in Italia
gli strumenti e le strategie di On-line Marketing più diffusi nelle aziende italiane
le opportunità del Web Marketing per le aziende
le criticità del Web Marketing per le aziende.

Obiettivi

Analizzare lo scenario del Marketing On-line - dal punto di vista delle strategie e dei rinnovati strumenti del Web e del Web 2.0 - e riflettere su possibili opportunità, criticità e prospettive evolutive.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Responsabili nelle PMI. Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

Prerequisiti

Nessuno.

Reiss Romoli 2025

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.190,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:
10% sulla seconda
40% sulla terza
80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2025