



# *Digital Marketing*

*Dalla strategia all'execution*



*Ambire*  
VALORI ASPIRAZIONI COMPETENZE



# La nostra Proposta

- *L'avvento del digitale e della tecnologia informatica è stato un sasso gettato in uno stagno che produce effetti a catena e cambiamenti crescenti e continui. Uno di questi è l'utilizzo di strumenti e tecnologie a scopo commerciale, che non solo consentono di raggiungere platee di potenziali clienti in maniera più capillare ed efficace, ma che stanno addirittura cambiando il paradigma relazionale tra cliente e azienda, tra produttore e consumatore.*
- *Il digital marketing consente di sviluppare un rapporto con il cliente connotato da spessore e da rilevanza, affidandogli un ruolo sempre più attivo nel determinare la strategia commerciale di un determinato contesto aziendale.*
- *Il corso Digital Marketing vuole approfondire in maniera efficace le principali dinamiche, tecniche e strumenti di marketing digitale, in modo da valorizzare in maniera efficace le enormi potenzialità e trasformarli in un vantaggio competitivo.*

# La nostra Proposta

*Gli obiettivi del percorso formativo:*

- *Sviluppare consapevolezza sui cambiamenti e gli effetti dell'avvento dei social media sulle strategie commerciali;*
- *Sviluppare consapevolezza sull'importanza della reputazione digitale, della creazione di un business networking e degli impatti sull'azienda;*
- *Sviluppare conoscenze sul digital marketing;*
- *Definire una strategia di digital marketing, piano strategico e piano operativo.*

# Percorso in Cinque Giornate

## DIGITAL REPUTATION & COLLABORATION

- LA RIVOLUZIONE DEI SOCIAL MEDIA
- REPUTAZIONE DIGITALE
- BUSINESS NETWORKING
- IMPATTO SULLE ORGANIZZAZIONI

*Durata*

**2 giorni**

## DALLA STRATEGIA...

- COSA E' IL DIGITAL MARKETING
- LA STRATEGIA DI DIGITAL MARKETING

*Durata*

**2 giorni**

## ...ALL'EXECUTION

- L'EXECUTION DI UN PIANO DI DIGITAL MARKETING

*Durata*

**1 giorno**

# Digital Reputation & Collaboration

## GIORNO 1

- ✓ *La rivoluzione dei Social Media*
  - ✓ *Trend tecnologici e dati*
  - ✓ *Il paradigma 2.0*
  - ✓ *Search vs. Social Media*
  - ✓ *Social media Mapping*
- ✓ *Reputazione digitale*
  - ✓ *La reputazione, teorie e sistemi reputazionali*
  - ✓ *L'identità digitale*
  - ✓ *Reputazione digitale: creare il proprio brand*
  - ✓ *La corporate brand reputation*

### *Modalità operative & tools*

- *Training tradizionale ed esperienziale*
- *Web Community gestita da Ambire*
- *Testimonianze*

## GIORNO 2

- ✓ *Business networking*
  - ✓ *Il valore del social capital*
  - ✓ *Le comunità*
  - ✓ *Le reti*
  - ✓ *Costruirsi una strategia: consigli pratici*
- ✓ *L'impatto sulle organizzazioni*
  - ✓ *Enterprise 2.0*
  - ✓ *Fiducia, Reputazione e creazione di valore*
  - ✓ *La ricerca della fiducia*
  - ✓ *Le tecnologie collaborative: case studies con testimonianza*

# Dalla Strategia all'Execution

## DALLA STRATEGIA...

---

### ✓ Cosa è il Digital Marketing

- ✓ Il Digital Marketing nel B2C e nel B2B
- ✓ Il Digital marketing nel mobile e nel Web

### ✓ La strategia di Digital Marketing

- ✓ Piano strategico ed MROI
- ✓ Media Budget
- ✓ Social Media Strategy
- ✓ Canali e relative performance

## Modalità operative & tools

---

- Training tradizionale ed esperienziale

# Dalla Strategia all'Execution

## *...ALL'EXECUTION*

---

- ✓ *L'execution di un piano di Digital Marketing*
  - ✓ *SEO, SEM, DEM*
  - ✓ *PPM, PPC, CPA, CPL, etc*
  - ✓ *Traffic e link building*
  - ✓ *Web Design, Usability, Web e Mobile Responsiveness*
  - ✓ *Social Selling*
  - ✓ *Inbound marketing*
  - ✓ *Permission Marketing*
  - ✓ *Content Marketing*

## *Modalità operative & tools*

---

- *Training tradizionale ed esperienziale*

# Docente – Cipriano Moneta

*Cipriano Moneta è esperto di innovazione digitale e di tecnologie innovative applicate ai settori del marketing, dei modelli organizzativi e dei modelli di business.*

*Svolge attualmente attività di advisor per start up digitali e di evangelizzatore sui temi digitali. Board Member di Apps-Builder e Advisor per Tiwi e ReputationManager.*

*Nel 2009 ha lanciato in Italia come Direttore Generale il social network professionale XING.*

*Dal 2004 al 2008 ha ricoperto il ruolo di Vice President Marketing di Monster Worldwide (Eschborn), leader mondiale del Recruiting Online, con responsabilità sui mercati dell'Europa centrale e orientale. Membro del Global Strategy Team.*

*Dal 1999 al 2003 è stato inoltre Managing Director, Membro del Board e dello Strategic European Team per la sede italiana di Jobpilot, inclusa in tale ruolo la partecipazione all'acquisizione di Adecco Group.*

*È stato co-fondatore del primo sito italiano di recruiting online nel 1994 e premiato nel 2005 da ManagerItalia come "Manager d'Eccellenza".*

*È docente per Ambire sui temi di digital reputation.*



# Docente – Alessandro Lorica

*Alessandro Lorica è esperto di creazione e sviluppo di Impresa in numerosi settori industriali (es. Digital, ecommerce, retail, fashion, formazione), ovvero: strategic planning, business planning, marketing planning, growth planning, cost transformation planning.*

*Svolge attualmente attività di Senior Advisor sia per startup, nei settori digital e non, sia per aziende consolidate che intendono trasformare il proprio business (es. internazionalizzazione).*

*Nel 2009 è stato founder manager (CEO) di Glamoo srl (primo player Italiano nell'ecouponing).*

*Nel 2009 è stato co-founder dell'agenzia "Il Cilindro Magiko" per la fornitura di personale domestico alle famiglie.*

*Nel 2011 è stato CEO di Linfa Moda srl, player Italiano nella moda sartoriale.*

*Dal 1998 al 2009 ha sviluppato un percorso di crescita internazionale in Accenture, fino a ricoprire il ruolo di Senior Strategy Manager, dove ha sviluppato competenze sul business planning e sulla trasformazione di impresa.*

*Già docente per Università di Salerno, università dell'Aquila, Università LUISS Guido Carli di Roma, su temi quali Nuove tecnologie, digital e new media, marketing.*

*Collabora con Ambire sui temi di digital marketing.*