



Formazione Content Manager

Modulo TM01: Strumenti per il Digital Marketing: Tendenze ed Utilizzo

Le Quattro fasi della Metodologia Inbound

- Esercizio: strategia di marketing in entrata: per ciascuna fase di marketing in ingresso fornire obiettivi appropriati, modi per raggiungerli e indicatori KPI per misurare l'efficacia.

MODELLO DI PIANIFICAZIONE DEL MERCATO DEI CONTENUTI: SETTAGGIO SMART GOAL E ALLINEAMENTO STRATEGICO

Fase e obiettivi del ciclo di vita del cliente	Obiettivi SMART	Strategie per raggiungere gli obiettivi	Indicatori Chiave di Performance (KPIs)
REACH Aumentare la consapevolezza del marchio e le visite a siti Web aziendali, app e siti di social network.			
ACT Aumentare le interazioni del pubblico con i contenuti su piattaforme multimediali di proprietà dell'azienda per generare lead.			
CONVERT Aumentare i tassi di conversione dai lead ai volumi di vendita realizzati online o offline.			
ENGAGE Aumentare il coinvolgimento e la fidelizzazione dei clienti a lungo termine portando a ripetute vendite e azioni legali.			