

Professione Sogni

www.professionesogni.it

Due corsi sul marketing management per il settore viaggi e hotel, che permettono di ottenere una conoscenza approfondita su tutte le tematiche tecniche, strategiche e operative legate alla pianificazione e gestione di campagne di marketing per imprese turistiche.

Prezzo € 280

La durata del corso è fissata in 1 mese, entro cui bisogna sostenere l'esame finale (online).

E' comunque possibile ripetere l'esame, se l'esito è negativo.

Superando l'esame, si riceve direttamente a casa il diploma in Web & Social Media Marketing Specialist Hotel & Turismo 2.0.

Corso Web & Social Media Marketing Hotel & Turismo 2.0

Il corso ha come scopo quello di far conoscere e apprendere come gestire il marketing management web e sociale di imprese turistiche, agenzie di viaggi, tour operator e strutture ricettive. Nel corso del programma lo studente potrà imparare:

- il comportamento dei consumatori online turistici, i loro bisogni e come instaurare quindi una comunicazione web efficace, che sappia trasmettere i valori del brand e fiducia, in modo tale da facilitare il passaggio alla conversione;

- per realizzare in concreto questi aspetti strategici, bisogna avere una solida base, cioè un sito web aziendale costruito seguendo le regole SEO per un posizionamento migliore nelle ricerche web.

Ma questo è solo un tassello dell'attività online di un'impresa turistica. Serve farsi conoscere attraverso Adwords, attività di mobile marketing, presenza dell'azienda su portali turistici, attività di email marketing e, alla fine, vanno monitorati e studiati i risultati (e la reputazione online) giorno per giorno, perché sappiamo che l'ambiente esterno cambia e l'azienda deve adattarsi subito;

- la presenza online delle imprese (specialmente turistiche) deve considerare obbligatoriamente i Social Media, come strumento per rafforzare l'awareness, creare e fidelizzare una community

Un manuale pdf di 170 pagine realizzato appositamente per te, per sempre, per far assimilare la delicata materia del marketing con una facilità e precisione.

Più di 160 domande di valutazione online, 4 casi studio reali, due simulazioni di lavoro online, per avere la certezza di capire correttamente e assimilare ogni singolo aspetto di ogni materia. Tanti esempi pratici e di simulazione per mettere in pratica durante gli argomenti trattati.

Corso Web & Social Media Marketing Hotel & Turismo 2.0 Programma del corso

Il web marketing nel settore ricettivo, alberghiero e di viaggi e turismo.: caratteristiche e comportamento dei consumatori; marketing del passaparola, perché è importante.

Comunicare con il mercato: la brand identity, vision, mission; l'immagine aziendale, il logo, il sito web, la comunicazione visiva aziendale; errori stilistici e contenutistici da evitare nelle pagine web.

Copywriting su internet: come scrivere efficacemente online, cosa sono i selling point, uso della piramide invertita e dello story telling per incentivare l'attenzione degli utenti; utilizzo della sequenza motivazionale AIDAS.

La persuasione online, come applicarlo al marketing web, uso dei modelli decisionali, applicazione delle tecniche di persuasione sulle pagine web.

La gestione del colore, significati e utilizzo online del rosso, arancione, verde, blu, nero, giallo, viola.

Imparare le categorie emotive umane e sfruttarne la conoscenza online.

Il processo di conversione online dell'utente.

Le web form, tipologie di utenti online.

La grafica online: significati e utilizzo di immagini, forme grafiche, elenchi puntati, icone, tabelle; utilizzo strategico dei percorsi grafici.

La promozione online dell'impresa.

Motori di ricerca, SEM, SEA, SEO, Google Hotel Finder. Come funzionano i motori di ricerca: query di ricerca, SERP, crawler, algoritmi, penalizzazioni.

SEO e tecniche di ottimizzazione: scelta dell'host, nome e estensione di dominio di primo livello, URL, tag, metatag, keyword tag, description tag, title, text, anchor tag e uso del link, keyword density, SEO web tools

Google Adwords: creazione account, organizzazione del sistema di campagne, creazione di una campagna, location, lingua, offerta e budget, impostazioni avanzate, estensioni di campagna, scrivere l'annuncio, aggiungere un gruppo di annunci, campagne display, campagne video, cercare e valutare le parole chiave, match types, quality score, AD rank, keyword tools.

Landing pages: cosa sono e come usarle.

Altre forme di promozione online.

I portali turistici web: studio di Booking.com

Email marketing: DEM e newsletter, quando, come e perché spedirle, consigli tecnici.

Mobile marketing: caratteristiche del canale, ottimizzare il sito web per il mobile (responsive e mobile ready), utilizzo delle app, scelta del dominio .mobi, consigli per le imprese.

Google Analytics: account e profili, capire i report del pubblico, comportamento, acquisizione; l'importanza del bounce rate; sessioni, visite uniche; report personalizzati, obiettivi, filtri, annotazioni.

Il Web 2.0

L'importanza delle community per le imprese: forum e CMS.

Social Media Marketing. L'engagement, il framework ACT, legge di Pareto, coinvolgere gli utenti, attività di animazione (contest, fan gate, giochi online).

Analisi delle caratteristiche e uso strategico di marketing dei principali Social Network:

Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Flickr, Pinterest, Instagram, YouTube.

Online reputation, come gestirla, ottimizzare il dialogo online e con la community, strumenti di monitoraggio

