

L'ECONOMIA DELL'ATTENZIONE

COMUNICAZIONE E VENDITA NELL'ERA DEL WEB MARKETING

a cura di Officine Creative Italiane - Massimiliano Tuveri e Claudia Ioan

1. Web marketing e social media marketing
2. Cambiamenti del mercato e trasformazione dei canali di vendita tradizionali
 - L'esempio del turismo
 - L'esempio di Amazon
3. Content Marketing
 - Definizione dei contenuti
 - Quanto conta la qualità
4. Scelta del professionista (social media manager)
5. Individuazione del target (potenziali clienti)
6. Analisi dei contenuti già prodotti dall'azienda o attività commerciale
7. Parametri di valutazione degli obiettivi
8. Blog aziendale
9. Produzione di contenuti ad hoc (testi, immagini e multimedia)
10. Programmazione di un calendario editoriale
11. Storytelling aziendale
12. I social media
13. La comunicazione scritta