

The background features two stylized rocket ships. Each rocket is primarily yellow with a pinkish-red nose cone and tail fins. A white circle on the side of each rocket represents a window or a light. The rockets are positioned on the left and right sides of the page, framing the central text.

# I SEGRETI DEL DIGITALE PER LANCIARE LA TUA CARRIERA

Master professionalizzante in Digital  
Marketing: SEO, SEM, Social Media  
Marketing, Digital Analytics e Inbound  
Marketing



- ✓ Società con PLURIENNALE ESPERIENZA NEL SETTORE con docenti che insegnano nelle principali scuole digital online
- ✓ REALIZZAZIONE di progetti e casi studio reali
- ✓ COMPETENZE PRATICHE: metà giornata formativa e metà di lavoro sul campo + project work
- ✓ Approccio strategico al digital marketing
- ✓ KNOW HOW reali per inserirti nel mondo del lavoro e lanciare la tua carriera
- ✓ FORMAZIONE su una ampia panoramica di competenze digitali richieste dal mondo del lavoro
- ✓ FOCUS su motori di ricerca canali organico e paid, web e inbound marketing, social network ed email, analisi dei dati e delle performance



Il team di Sandhills Italy (ex Argoserv) srl, è costituito da professionisti con esperienza ultradecennale nel campo del digital marketing. Oltre a collaborare con multinazionali e a vantare un portfolio di collaborazioni a livello nazionale ed internazionale, i formatori di Argoserv (ora Sandhills Italy) lavorano per le più importanti accademie digitali d'Italia dal 2011.

I membri del team tengono docenze presso Confindustria, Assintel, e Ascom per le tematiche in trend SEO, Inbound Marketing, Digital Strategy e Performance Marketing.



# PROGRAMMA DI DETTAGLIO DEL CORSO

## INTRODUZIONE

Nonostante tutti parlino di Digital da anni le aziende grandi, piccole e medie non hanno figure in grado di comprendere e gestire la trasformazione in atto e LE STANNO CERCANDO.

Imprese e professionisti sono affamati di persone in grado di:

- conoscere le logiche di Google e dei motori di ricerca,
- gestire professionalmente i social media (Facebook, YouTube, Instagram) e le piattaforme di instant messaging (WhatsApp, Messenger, Snapchat ecc.)
- diventare e-commerce manager,
- analizzare i dati e creare piani digitali,
- sfruttare al meglio content marketing e inbound Marketing,
- di gestire gli asset digitali a 360°.

Noi stessi riceviamo quotidianamente richieste da parte di aziende ed agenzie alla ricerca di questo tipo di competenze.

Bada bene: tutte le professioni o carriere non solo quelle online, se vogliono sopravvivere e prosperare, devono conoscere le logiche che si nascondono dietro al successo nella nuova economia.

La bella notizia è che Tu nativo digitale sei particolarmente adatto ad apprendere e puoi con la giusta guida, il giusto impegno e la necessaria costanza riuscire ed assicurarti un futuro.

## PROFILO PROFESSIONALE PREVISTO: DIGITAL MARKETING SPECIALIST

### CHI E'

Il DIGITAL MARKETING SPECIALIST è uno delle figure lavorative più ricercate. Da una ricerca TAG Innovation School del 2017 su 550 PMI italiane intervistate ben il 60% dichiara di aver bisogno di incrementare o migliorare le proprie attività di digital marketing. Il DIGITAL MARKETING SPECIALIST è la persona di cui sempre più non solo i grandi brand ma anche le PMI, col passare del tempo, e tutte le nuove startup non potranno fare a meno. Le sue competenze abbracciano un ampio ventaglio di conoscenze pratiche su come svolgere attività strategiche

di marketing nei diversi canali del panorama digitale. Le sue skill quindi spaziano a 360° dalla strategia, all'acquisizione di traffico tramite SEO e SEM, alla scrittura e ottimizzazione dei testi per i vari canali web, social, email, fino al tracciamento della conversione, all'analisi dei dati e all'ottimizzazione delle performance.

## IL SUO RUOLO NEL MONDO DEL LAVORO

Il marketer digitale può:

A. costruire una carriera come libero professionista, agendo da consulente freelance per aziende e startup;

B. lavorare presso web agency e agenzie di marketing con un ruolo sia strategico/gestionale sia pratico;

C. lavorare presso (o avviare come proprio progetto imprenditoriale) aziende e startup di qualunque settore e dimensione che hanno necessità di promuovere il proprio brand o i propri prodotti e servizi sui canali digitali.

Le sue principali attività includono:

- analizzare in modo strategico siti web;
- ideare e realizzare strategie SEO, SEM, content marketing, inbound marketing e mail marketing
- gestire in modo professionale i social media e le campagne di advertising
- analizzare i dati del web e migliorare le performance delle campagne di marketing

## OBIETTIVI FORMATIVI

Il percorso formativo fornisce competenze per:

- conoscere le logiche di Google e dei motori di ricerca;
- comprendere e saper applicare le tecniche SEO e di SEO copywriting
- capacità di analizzare siti web e parole chiave del settore con tool professionali
- l'utilizzo del CMS WordPress
- apprendere teorie e tecniche di inbound marketing
- capacità di gestire i canali social anche per quanto riguarda campagne a pagamento
- conoscere e impostare campagne su Google Ads
- fare un piano di misurazione e analizzare i risultati con Google Analytics e altri tool di misurazione
- conoscenza di email marketing, marketing automation e di tool fondamentali
- Competenze utili all'ottimizzazione delle conversioni

# PROGRAMMA FORMATIVO

## DURATA DEL CORSO

Il corso ha una durata complessiva di 360 ore, di cui:

- 320 ore lezioni frontali
- 40 ore in FAD

## OBIETTIVI DEL CORSO

Il corso permette di:

- conoscere e sapersi orientare tra i diversi scenari e tecnologie del marketing digitale;
- acquisire un ventaglio di competenze sul digital marketing;
- conoscenza di tecniche e tool per applicare queste competenze nella pratica;
- saper ideare, analizzare, condurre ed ottimizzare campagne di digital marketing sui canali organico, a pagamento, web, social network ed email

## LUOGO DI SVOLGIMENTO DEL CORSO

Pescara (PE) -

## DATA INIZIO CORSO

07/10/2019

## DATA FINE CORSO

31/01/2020

## QUOTA DI ISCRIZIONE

5.573,77 € (cinquemilacinquecentosettantatre/77) + IVA (22%) – Tot. 6.800,00 € (seimilaottocento/00).

La quota di iscrizione include:

- partecipazione al corso
- rilascio materiale didattico
- accesso ad un'area riservata contenente schede, dossier di approfondimento, ecc.
- accesso alla piattaforma FAD
- rilascio attestato di partecipazione





## **MODULO 1**

### **I MOTORI DI RICERCA E LA SEO**

- Presentazione del corso
- Introduzione alla SEO, Google, le keyword e la long tail
- Linee guida di Google, fattori di ranking, SEO on page
- Teoria dei link, analisi della concorrenza, penalizzazioni, aggiornamenti algoritmo di Google, case history
- Local SEO
- Analisi off site, il futuro della SEO
- Esercitazioni pratiche e tool per la SEO

Dal 07/10 al 11/10 = 40 ore d'aula



## **MODULO 2**

### **IL CMS WORDPRESS**

- Introduzione ai CMS
- Wordpress come e perché
- Temi, plugin, widget, post type e tassonomie
- Gutenberg editor
- Installazione, personalizzare temi e plugin
- Gli aggiornamenti
- Ruoli e sicurezza
- Ecommerce
- Esercitazioni nell'utilizzo e nell'amministrazione di WordPress

Dal 21/10 al 22/10 = 16 ore d'aula

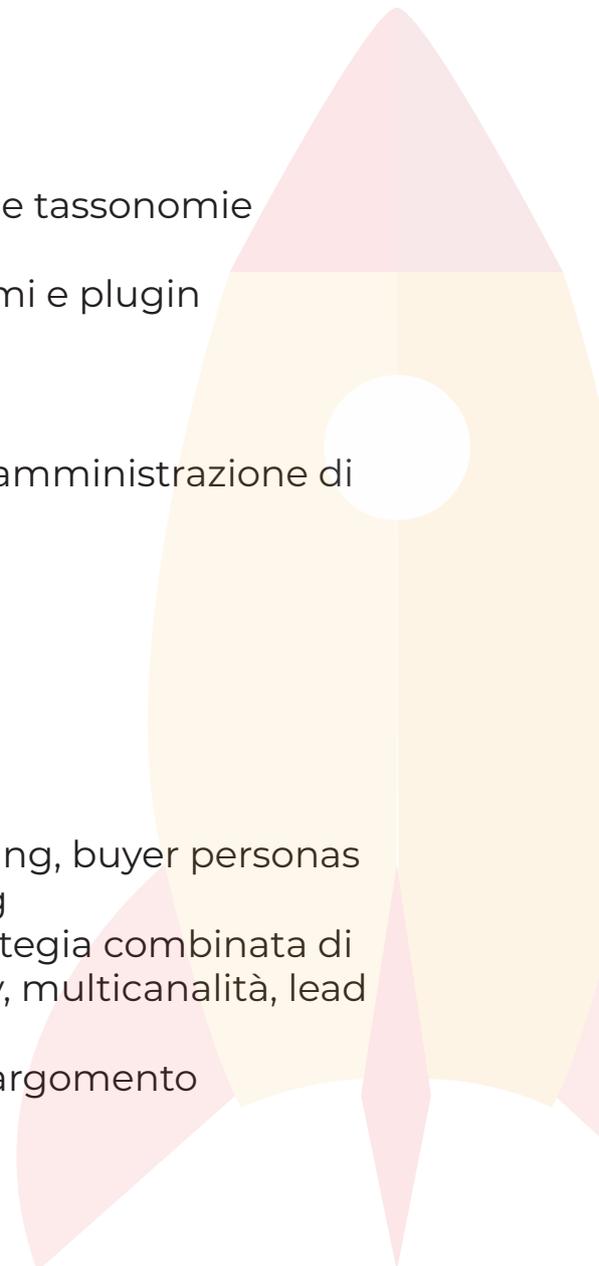


## **MODULO 3**

### **INBOUND MARKETING**

- Introduzione a Inbound Marketing, buyer personas
- Calendario editoriale e blogging
- L'inbound marketing come strategia combinata di marketing e vendita, case history, multicanalità, lead nurturing
- Esercitazioni pratiche per ogni argomento

Dal 23/10 al 25/10 = 24 ore d'aula





## **MODULO 4**

### **CANALI SOCIAL**

- I social network e il social blogging
- Piano editoriale e strategie social
- Facebook e i Facebook ADS
- Instagram e YouTube
- LinkedIn e LinkedIn ADS
- Cos'è la social SEO, importanza e tecniche
- Esercitazioni pratiche per ogni argomento

Dal 04/11 al 08/11 = 40 ore d'aula



## **MODULO 5**

### **ANALIZZARE E CONVERTIRE**

- L'importanza di misurare i risultati nel marketing digitale
- Le KPI e il piano di misurazione
- Google Analytics
- Google Tag Manager e tracciamento degli eventi
- Tool di analisi qualitative (mappe di calore)
- Conversion rate optimization
- AB testing e altri tipi di split test
- Landing page
- I tool per AB testing
- Conduzione dei test e ottimizzazione
- Esercitazioni pratiche per ogni argomento

Dal 18/11 al 19/11 = 16 ore d'aula



## **MODULO 6**

### **PROJECT WORK FASE 1**

- Lavori in team su progetti pratici realistici per approfondire e dare massima concretezza alle tematiche affrontate
- Presentazione del progetto e formazione dei gruppi di lavoro
- Esercitazioni in aula

Dal 20/11 al 22/11 = 24 ore d'aula





## **MODULO 7**

### **STRATEGIA E SEO COPYWRITING**

- Content strategy
- Blogging
- Seo copywriting
- Pertinenza e rilevanza, titoli
- Ricerca e gestione degli influencer
- Esercitazioni pratiche per ogni argomento

Dal 02/12 al 04/12 = 24 ore d'aula



## **MODULO 8**

### **PROJECT WORK FASE 2**

- Lavori in team su progetti pratici realistici per approfondire e dare massima concretezza alle tematiche affrontate
- Esercitazioni in aula

Dal 05/12 al 06/12 = 16 ore d'aula



## **MODULO 9**

### **SEO TECNICA**

- SEO tecnica microdati, struttura di tassonomie e link interni, contenuti correlati, redirect, canonical
- Conduzione di una SEO Audit
- Utilizzo avanzato di tool di crawling
- Analisi della performance
- Esercitazioni pratiche per ogni argomento

Dal 16/12 al 18/12 = 24 ore d'aula

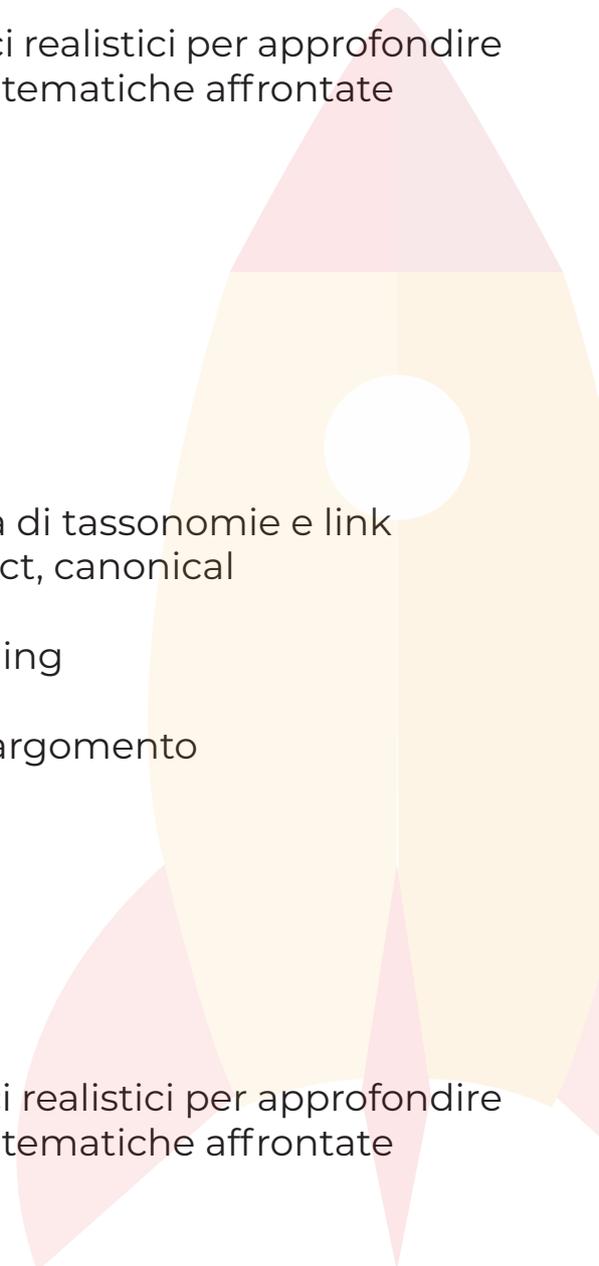


## **MODULO 10**

### **PROJECT WORK FASE 3**

- Lavori in team su progetti pratici realistici per approfondire e dare massima concretezza alle tematiche affrontate
- Esercitazioni in aula

Dal 19/12 al 20/12 = 16 ore d'aula





## MODULO 11

### SEM ED EMAIL MARKETING

- Google Ads, funzionamento
- Analisi keyword e pianificazione campagne search
- Punteggi qualità
- Mail Marketing
- Marketing automation
- Esercitazioni pratiche per ogni argomento

Dal 13/01 al 15/01 = 24 ore d'aula



## MODULO 12

### PROJECT WORK FASE 4

- Lavori in team su progetti pratici realistici per approfondire e dare massima concretezza alle tematiche affrontate
- Esercitazioni in aula e in FAD
- Correzione delle esercitazioni
- Presentazione, discussione e integrazioni project work
- Valutazione finale e consegna attestati

Dal 16/01 al 17/01 = 16 ore d'aula  
Dal 20/01 al 24/01 = 40 ore in FAD  
Dal 27/01 al 31/01 = 40 ore d'aula

## ARGOMENTI DELLE LEZIONI

### MODULO I

### I MOTORI DI

### RICERCA E LA

### SEO

#### **Presentazione del corso**

- Piano del corso
- Come il digital marketing può aiutarti a lanciare la tua carriera

#### **Introduzione alla SEO**

- I motori di ricerca e Google
- Le keyword e la long tail
- Esempi pratici ed esercitazioni: Osservazione delle SERP (esempi)
- Operatori di ricerca
- Overview dei tool per l'analisi delle keyword. Casi pratici

## **Posizionarsi su Google**

- Linee guida di Google, fattori di ranking, SEO on page
- Esempi pratici e esercitazioni: analisi di pagine tipo per trovare errori SEO e migliorie.
- Utilizzo di tool di crawling e analisi on page.
- Ottimizzazione di un post su WordPress e correzione collettiva.

## **Approfondimenti SEO**

- Teoria dei link, analisi della concorrenza, penalizzazioni, aggiornamenti algoritmo di Google, case history
- Tool per link profile e per analisi link tossici.
- Analisi dei link interni: un caso pratico.
- Tecniche e tool per l'analisi della concorrenza.
- Esercitazione: trovare e analizzare siti concorrenti.
- Esercitazione: strategie

## **Local SEO**

- Le impostazioni geografiche per la SEO
- Osservazione delle SERP Locali (esempi)
- Esercizio: ottimizzare la visibilità di una attività locale: keyword, testi, pagine social

## **Altre tecniche SEO**

- Analisi Off site
- Il futuro della SEO
- Esempi pratici ed esercitazioni: link esterni
- Esercitazioni recap modulo SEO

## **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- conoscere le logiche di Google e dei motori di ricerca;
- comprendere e saper applicare le tecniche SEO;

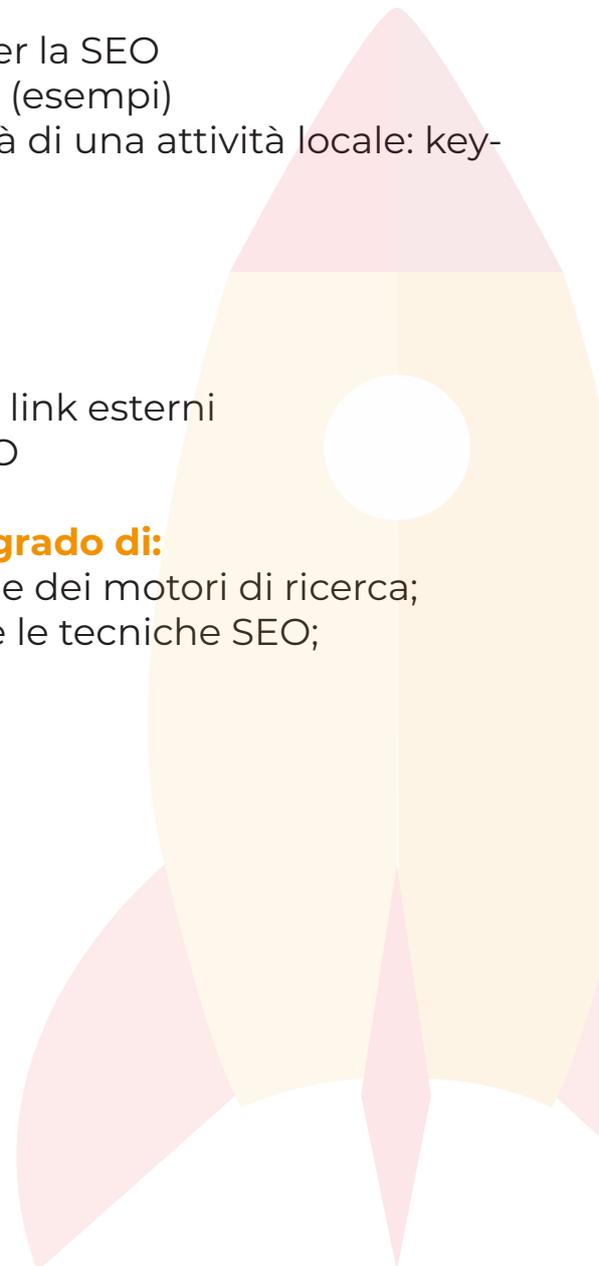
## **MODULO 2 IL CMS WORDPRESS**

### **Introduzione ai CMS**

- WordPress come e perché
- Caratteristiche e alternative

### **Struttura di WP**

- Temi
- Plugin
- Widget
- post type
- tassonomie



## **Utilizzo di WP**

- Classic editor
- Gutenberg editor ed editor visivi
- gestione media

## **Esercitazione**

- Esercitazione pratica nell'utilizzo di WordPress
- Creazione e gestione di pagine, articoli, categorie

## **La gestione di WP**

- Installazione, personalizzare temi e plugin
- Gli aggiornamenti
- Ruoli e sicurezza
- E-commerce (overview)

## **Esercitazioni**

- Esercitazioni nell'amministrazione di WordPress
- Gestione dei ruoli e contenuti

## **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- Comprendere il funzionamento e le potenzialità del CMS WordPress
- Saper utilizzare e gestire contenuti, tassonomie ed utenti;

## **MODULO 3 INBOUND MARKETING**

### **Introduzione all'inbound marketing**

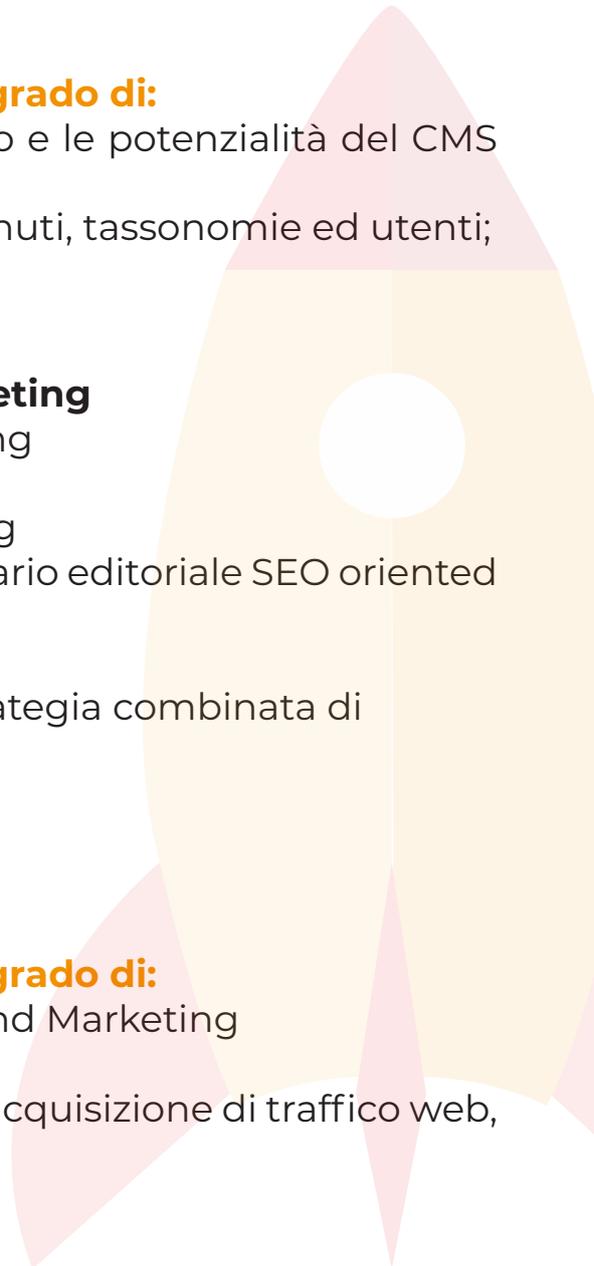
- Il processo di Inbound Marketing
- Le buyer personas
- Calendario editoriale e blogging
- Esercitazione: creare un calendario editoriale SEO oriented

### **Strategie inbound**

- L'inbound marketing come strategia combinata di marketing e vendita,
- Concetto di multicanalità
- lead nurturing
- Esercitazioni e case history

## **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- Conoscere il processo di Inbound Marketing
- Analizzare le buyer personas
- Saper elaborare strategie per l'acquisizione di traffico web, la conversione e il nurturing



## MODULO 4 INBOUND MARKETING

### **social network**

- Social network e social blogging
- Piano editoriale e strategie social
- Esempi ed esercitazioni: creare un profilo social.
- Creare un calendario editoriale social.
- Ottimizzazione testi per social blogging.

### **Facebook**

- Facebook e i Facebook ADS
- Tool per la creazione dei FB ADS
- Creazione di un pubblico
- Ideazione e creazione degli annunci
- Analisi tramite insights

### **Instagram e YouTube, LinkedIn**

- LinkedIn e LinkedIn ADS
- Instagram e advertising
- YouTube per il marketing
- Esercitazioni

### **Social SEO**

- Cos'è la social SEO
- Social SEO su Google Plus e YouTube
- Social SEO su Facebook
- Social SEO su LinkedIn e Slideshare

### **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- Conoscere le potenzialità di marketing dei più importanti social
- Utilizzare al meglio i social per il business sia in modo organico che paid

## MODULO 5 ANALIZZARE E CONVERTIRE

### **Approccio data driven**

- L'importanza di misurare i risultati nel marketing digitale
- Le KPI e il piano di misurazione
- Google Analytics

### **Esempi ed esercitazioni**

- Stesura piano Misurazione
- Analisi delle performance



## **I tool per l'analisi dei dati**

- Personalizzare Google Analytics
- Google Tag Manager e tracciamento degli eventi
- Tool di analisi qualitative (mappe di calore)

## **Esempi ed esercitazioni**

- installazione e configurazione Analytics con GTM
- configurazione tag GTM
- report personalizzati analytics
- heatmaps con hotjar

## **La conversion rate optimization**

- CRO: cosa e come ottimizzare
- AB testing e altri tipi di split test
- Landing page e conversion oriented design
- I tool per AB testing
- Piano di test, conduzione dei test e ottimizzazione

## **Esercitazioni**

- Tool per la CRO
- creazione di una landing page
- conduzione di un ab test e reportistica

## **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- Definire KPI in base agli obiettivi di business e stilare un piano di misurazione
- Conoscere Google Analytics e altri tool di analisi dati
- Lavorare in un ambiente data driven e prendere decisioni strategiche basate sui dati
- Concetti e pratiche operative di conversion rate optimization

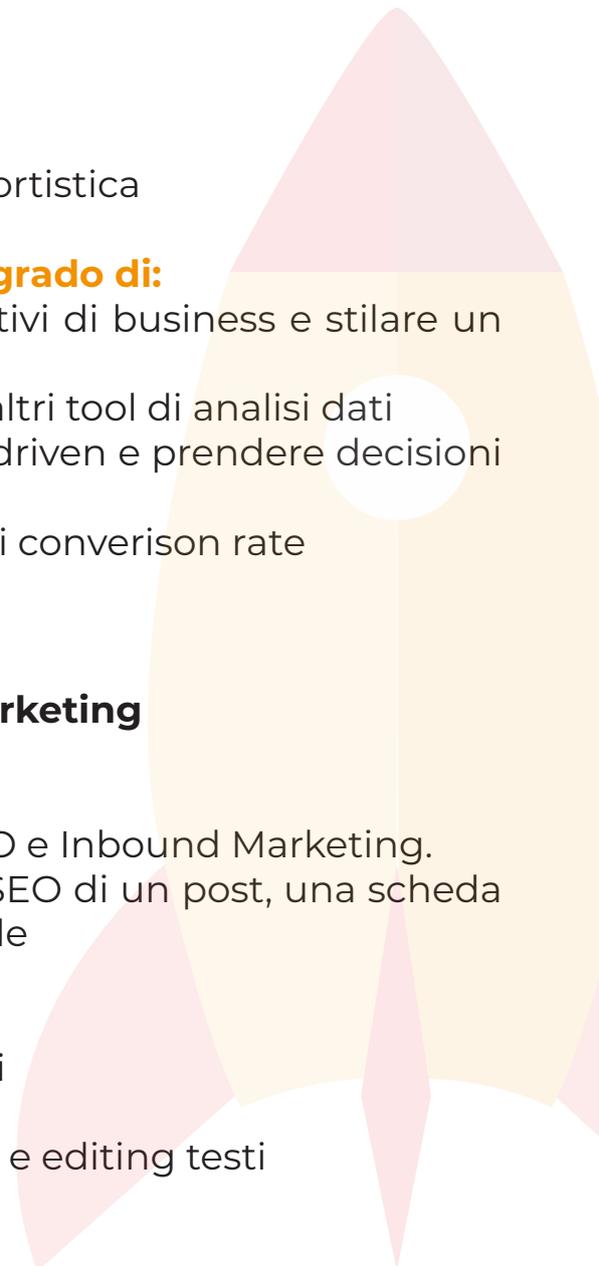
## **MODULO 7 STRATEGIA E SEO COPYWRITING**

### **Strategie inbound: content marketing**

- Content strategy
- Blogging
- Esercitazioni sulla strategia SEO e Inbound Marketing.
- Scrittura e revisione in chiave SEO di un post, una scheda prodotto, una pagina istituzionale

### **Seo copywriting**

- Pertinenza e rilevanza, titoli
- Tecniche e case history
- Esercitazioni di produzione e editing testi



## **Altre strategie**

- Ricerca e gestione degli influencer
- Pianificare un contenuto in modo strategico
- Esperienza utente e customer journey

## **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- Elaborare strategie di marketing e in particolare di content marketing
- Conoscere e applicare le best practice di SEO copywriting

## **MODULO 9 SEO TECNICA**

### **La SEO tecnica**

- microdati
- struttura, tassonomie, link interni
- contenuti correlati
- redirect
- canonical

### **Conduzione di una SEO Audit**

- Analizzare un sito web per la SEO
- Tool di crawling
- Analisi della performance
- Strutturare e produrre un documento di audit

### **Esercitazioni**

- Esempi ed utilizzo di tool per la seo audit
- Analizzare un sito web con tool di crawling
- Stesura di una SEO audit

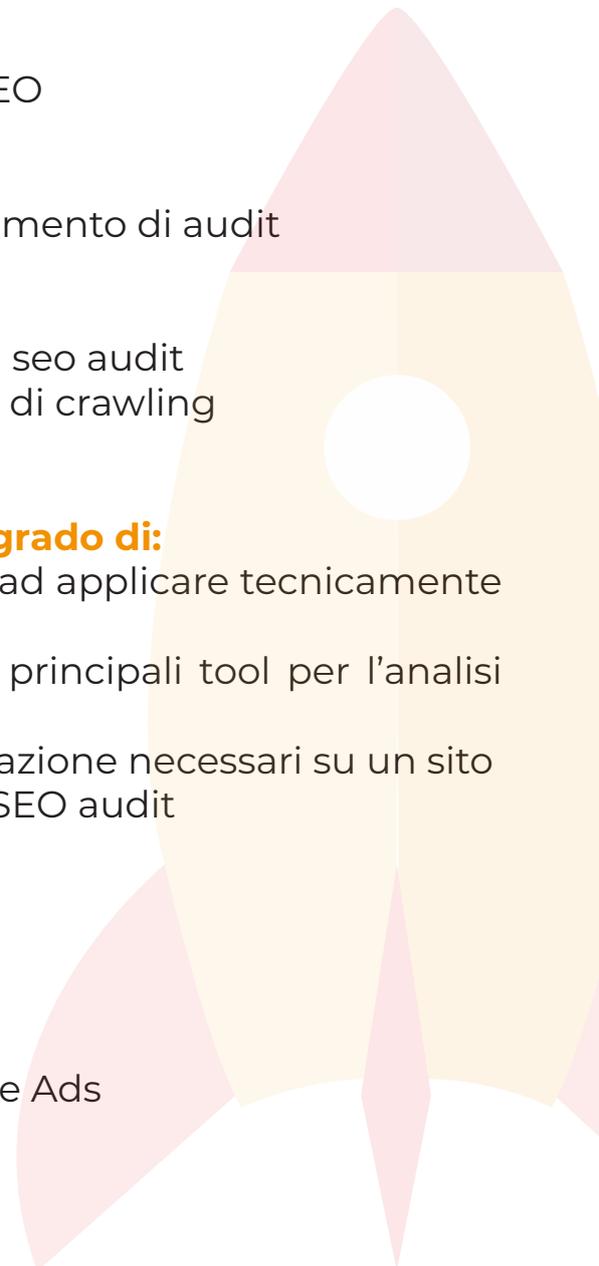
## **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- Conoscere i concetti necessari ad applicare tecnicamente la SEO al web
- Conoscere e saper utilizzare i principali tool per l'analisi SEO di un sito WEB
- Capire gli interventi di ottimizzazione necessari su un sito
- Saper strutturare e stilare una SEO audit

## **MODULO 11 SEM ED EMAIL MARKETING**

### **Search engine marketing**

- SEO e SEM a confronto
- Come funziona Google Ads
- Overview dell'interfaccia Google Ads
- Punteggio di qualità
- Reti search e display



## **Come pianificare una campagna**

- Tool di analisi keyword
- Una tecnica step by step di pianificazione campagne search

## **Google Ads**

- Viste e report Google Ads
- Analisi e ottimizzazione delle performance

## **Esercitazioni**

- Analisi delle keyword
- Impostare una campagna search
- Analizzare una campagna

## **Mail marketing**

- Efficacia delle campagne email
- Tool di mail marketing
- Case histories
- Marketing automation

## **Esercitazioni**

- Esercitazioni su testi e struttura di mail marketing
- Ideazione del funnel e testi per marketing automation

## **Al termine del modulo sarò in grado di:**

- Conoscere e saper scegliere in modo strategico come sfruttare i canali paid
- Analizzare e definire una campagna paid search
- Conoscere e saper applicare tecniche di email marketing e marketing automation



Il corso sarà tenuto da professionisti del gruppo Sandhills e da partner tecnici esperti del settore.

### **FABIO DI GAETANO** - Inbound marketing expert

Dopo essermi laureato alla LUISS in giurisprudenza con indirizzo internazionale, ho scoperto la passione per il Web Marketing e l'imprenditoria. Attualmente ricopro il ruolo di department manager di Sandhills Italy branch italiana della multinazionale Sandhills Publishing. Da start upper ho sperimentato in prima persona i vantaggi derivanti dall'ottimo posizionamento sui motori di ricerca.

Facendo tesoro dell'esperienza acquisita sul campo, ho deciso di fare dell'Inbound Marketing la mia specializzazione. All'attività di imprenditore affianco, con grande passione e determinazione, quella di consulente. Ho avuto il privilegio di essere docente alla Ninja Academy e di aver partecipato come speaker alla Battaglia delle Idee del 2012 e del 2014. Sono cofounder del portale Cercocamion.com e della digital agency Argoserv (ora acquisiti dal gruppo Sandhills Italy).

<https://www.facebook.com/fabio.d.gaetano.5>

<https://it.linkedin.com/pub/fabio-di-gaetano/16/442/3b0>

### **LUCA DE BERARDINIS** - SEO Specialist

Sono da sempre appassionato di tecnologia e di tutto ciò che comincia con "Digital". Ho scoperto Internet e le sue potenzialità nel 1991 e, da quando è nato, anche il Web in tutte le sue declinazioni. Ho cominciato a lavorare con corsi di formazione in Web Marketing con DeAgostini, successivamente lavorando come consulente presso agenzie di comunicazione.

Dai primi anni 2000 mi occupo di SEO e Inbound Marketing presso Argoserv srl. Scrivo sul Blog aziendale con la medesima passione che mi spinge a restare sempre aggiornato sui principali siti di settore internazionali. All'attività di blogger affianco quella di Consulente Inbound Marketing con l'obiettivo di dare visibilità ad aziende e professionisti.

Tengo corsi su SEO , inbound e LinkedIn Marketing presso Confindustria, Ascom ed Assintel.

<https://www.facebook.com/ldeberardinis>  
<https://it.linkedin.com/in/lucadb>

**LISA DE LEONARDIS** - Giornalista, content marketing  
La narrazione mi mette a mio agio, mi piace raccontare e parlare, tanto che subito dopo la laurea ho iniziato il percorso che mi ha portato a diventare giornalista e da 15 anni mi occupo di formazione nelle aziende. Ho un passato da libero professionista e ho raggiunto clienti e collaboratori attraverso il mio blog [lisadeleonardis.it](http://lisadeleonardis.it). Nel 2014 ho aperto la mia azienda di export di vino e nel 2017 sono diventata direttore responsabile delle pubblicazioni della società Sandhills Italy all'interno della quale mi occupo anche di gestire blog e piani editoriali per i clienti.

<https://www.facebook.com/lisa.deleonardis>  
<https://it.linkedin.com/in/lisadeleonardis>

**PAOLO DI PIERDOMENICO** - IT Manager  
Avevo nove anni quando mi regalarono il mitico Commodore 64. Allora è nato il mio interesse per l'informatica, che è diventata prima materia di studi universitari, poi un mestiere, rimanendo sempre, come all'inizio, una passione. In ambito IT ho lavorato in proprio e come programmatore e analista presso varie aziende, tra cui sette anni presso Engineering Spa come responsabile di prodotto e team leader.

Dal 2014 lavoro a tempo pieno in Argoserv, web agency di cui sono stato tra i fondatori, dove mi occupo di conduzione dei progetti, di sviluppo web e di SEO tecnica e Analytics. Dal 2017 sono entrato a far parte del gruppo Sandhills Global e sono responsabile tecnico delle attività digital della multinazionale in Italia. Adoro il lavoro di squadra e trovo stimolante affrontare insieme al team tutte le sfide sempre nuove che il settore del web marketing ci pone davanti!

<https://it-it.facebook.com/paolo.dipierdomenico>  
[https://twitter.com/paolo\\_dp](https://twitter.com/paolo_dp)  
<https://it.linkedin.com/in/paolodp>

**DIEGO CORTES** - Digital Marketing Executive  
Psicologo della Comunicazione e del Marketing specializzato in Food e Wine e Inbound Marketing. Da 10 anni si occupa di progetti di Digital Marketing con focus sui Social Network, progettando contenuti e gestendo campagne pubblicitarie.

E' Digital Marketing Executive di Elephant Consulting Group, per la quale segue, tra le varie, i Social Media esteri di Gambero Rosso International. Workhaolic, amante delle serie tv e dei Carlini.

<https://www.linkedin.com/in/cortesdiego/>

