

COMUNICARE, COINVOLGERE, VENDERE

LABORATORIO DI
WEB COPYWRITING

PROGETTO:

ANNALISA ANDOLINA



IL COPYWRITING È UN LAVORO. UN MESTIERE ESPERTO. CARPENTERIA VERBALE. PAROLE SU CARTA. SCRIPT A TEMPO. E UN'ALTRA COSA. VENDITE." BRUCE BENDINGER

IL WEB 2.0, DIVENUTO INTERATTIVO, GREMITO DI COMMUNITY VIRTUALI E VIRALI, E DI CONTENUTI WEB DATI IN PASTO AI MOTORI DI RICERCA, HA SANCITO DEFINITIVAMENTE LA NECESSITÀ PER QUALSIASI ORGANIZZAZIONE E BRAND DI UNA PRESENZA STRATEGICA E CAPILLARE SULLE PRINCIPALI PIATTAFORME DI COMUNICAZIONE DIGITALI.

LA PROMOZIONE DI SERVIZI E PRODOTTI, DELLA PROPRIA IDENTITÀ E ATTIVITÀ ATTRAVERSA SOCIAL NETWORK, PIATTAFORME D'INFORMAZIONE, E-COMMERCE E SITI DI ENTERTAINMENT.

COME EMERGERE IN QUESTA POTENZIALE AUDIENCE SCONFINATA E RAGGIUNGERE IL PROPRIO PUBBLICO TARGET DI RIFERIMENTO? QUALI CANALI WEB SELEZIONARE PER COMUNICARE IL PROPRIO BUSINESS O PROGETTO? COME SFRUTTARE AL MEGLIO LE PAROLE E I TESTI PER OTTENERE MAGGIORE VISIBILITÀ?

IL CORSO PROPONE UN PERCORSO FORMATIVO PENSATO PER CHI VUOLE TRASFORMARE LA PROPRIA PASSIONE E ATTITUDINE ALLA SCRITTURA IN UNA COMPETENZA PROFESSIONALE SPECIALIZZATA NELLA PRODUZIONE DI CONTENUTI INFORMATIVI E PERSUASIVI STRUTTURATI PER IL WEB.

OBIETTIVI DEL CORSO

FORNIRE LE BASI PER UN APPROCCIO PROFESSIONALE ALL'ATTIVITÀ DI WEB COPYWRITING; ILLUSTRARE LE TECNICHE PER UNA SCRITTURA EFFICACE E PENSATA PER RISPONDERE ALLE REGOLE E ALLE OPPORTUNITÀ CHE I CANALI WEB E I SOCIAL MEDIA METTONO A DISPOSIZIONE DEI CREATORI DI CONTENUTI; FAR CONOSCERE GLI STRUMENTI PER STIMOLARE L'INTERESSE E L'INTERAZIONE CON GLI UTENTI PER MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE DEL BRAND E RAGGIUNGERE OBIETTIVI AZIENDALI E DI MARKETING.

A CHI È RIVOLTO

IL CORSO È PENSATO PER CHI VUOLE APPROFONDIRE LE PROPRIE CONOSCENZE NELL'AMBITO DEL COPYWRITING DIGITALE: CONSULENTI DELLA COMUNICAZIONE,

PROFESSIONISTI, FREELANCE, TITOLARI DI ATTIVITÀ INTERESSATI AGLI ASPETTI PUBBLICITARI E DI PROMOZIONE DEL PROPRIO BUSINESS, STUDENTI CHE VOGLIONO INTRAPRENDERE L'AMBITO DELLA SCRITTURA PROFESSIONALE SUI DIGITAL MEDIA.

ARGOMENTI

- COPYWRITING: COSA E DOVE
LA SCRITTURA DEI TESTI E LE SUE DECLINAZIONI SUI CANALI WEB E SOCIAL (ARTICOLI, CONTENUTI WEB SITE, SOCIAL POST, ANNUNCI PUBBLICITARI PER PIATTAFORME ONLINE, E-MAIL MARKETING)
- STRUTTURARE UN PIANO EDITORIALE MULTICANALE
- WEB CONTENT: SITI WEB E BLOG
KEYWORDS E TECNICHE DI OTTIMIZZAZIONE DEI CONTENUTI IN CHIAVE SEO
- EMAIL MARKETING: QUANDO SERVE E COME UTILIZZARE UNA NEWSLETTER
- STRUMENTI PROFESSIONALI E METODI PER CONOSCERE IL PUBBLICO
- DATA INSIGHT

MODALITÀ

IL CORSO, DELLA DURATA TOTALE DI 12 ORE SUDDIVISE IN 6 INCONTRI, PREVEDE UNA PARTE TEORICA E SESSIONI DI ESERCIZI E SIMULAZIONI PER METTERE IN PRATICA LE CONOSCENZE ACQUISITE.