



Operazione Rif. PA. 2021-15607/RER "EDILIZIA E COSTRUZIONI VERSO LA DIGITALIZZAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ" approvata con DGR n. 962/2021 del 21/06/2021 della Regione Emilia-Romagna cofinanziata con risorse del Fondo Sociale Europeo - PO 2014-2020 e della Regione Emilia-Romagna Progetto 12 Edizione 2 "Digital marketing per la comunicazione edilizia" CUP: E43D21002010009

Giorno	Data	Orario	Modulo	Argomento	Docente	Ore
Lunedì	19/09/2022	09.00-13.00	Innovazione digitale e dinamiche evolutive del settore rispetto alle modalità di comunicazione commerciale-marketing	I pilastri del marketing immobiliare digitale: Il sito immobiliare, il database marketing, il social media marketing, advertising online, content marketing, direct e-mail marketing Overview di tutti gli strumenti digitali utili ad un professionista immobiliare, le interazioni.	Gianluca Capone	4
Mercoledì	21/09/2022	09.00-13.00	Innovazione digitale e dinamiche evolutive del settore rispetto alle modalità di comunicazione commerciale-marketing	Il Database Marketing: Brand; reputazione; credibilità; ottimizzazione risorse umane e tempo.	Gianluca Capone	4
Lunedì	26/09/2022	09.00-13.00	Innovazione digitale e dinamiche evolutive del settore rispetto alle modalità di comunicazione commerciale-marketing	Portali immobiliari e annuncio immobiliare Come trarre valore dallo strumento "portale immobiliare"; Come sceglierli, selezionare i servizi di extra visibilità, aumentare le performances a parità di investimento, come curare gli annunci immobiliari, come trarre valore nel tempo.	Gianluca Capone	4



Operazione Rif. PA. 2021-15607/RER "EDILIZIA E COSTRUZIONI VERSO LA DIGITALIZZAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ" approvata con DGR n. 962/2021 del 21/06/2021 della Regione Emilia-Romagna cofinanziata con risorse del Fondo Sociale Europeo - PO 2014-2020 e della Regione Emilia-Romagna Progetto 12 Edizione 2 "Digital marketing per la comunicazione edilizia" CUP: E43D21002010009

Mercoledì	28/09/2022	09.00-13.00	Gli strumenti web based al servizio della comunicazione d'impresa: sito aziendale, piattaforme interattive e social media	Adevertising online – Facebook ADS Strategie di profilazione del target come presupposto per migliorare le performances delle campagne; Come attivare la piattaforma Facebook Business Manager; Come impostare le campagne di Advertinsing su Facebook e Instagram in funzione dei vari obiettivi;	Gianluca Capone	4
Lunedì	10/10/2022	09.00-13.00	Gli strumenti web based al servizio della comunicazione d'impresa: sito aziendale, piattaforme interattive e social media	Adevertising online – Facebook ADS Strategie di profilazione del target come presupposto per migliorare le performances delle campagne; Come attivare la piattaforma Facebook Business Manager; Come impostare le campagne di Advertinsing su Facebook e Instagram in funzione dei vari obiettivi;	Gianluca Capone	4
Mercoledì	12/10/2022	09.00-13.00	Gli strumenti web based al servizio della comunicazione d'impresa: sito aziendale, piattaforme interattive e social media	Adevertising online – Google ADS Overview della piattaforma e definizione delle varie opportunità: annunci testuali, campagne YouTube, campagne Discovery; Creazione dell'account e impostazione delle interazioni visite e campagne; Come utilizzare i dati statistici di Google Analytics per aumentare l'efficacia delle campagne online su Google; Strategie di profilazione del target come presupposto per migliorare le performances delle campagne.	Gianluca Capone	4



Operazione Rif. PA. 2021-15607/RER "EDILIZIA E COSTRUZIONI VERSO LA DIGITALIZZAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ" approvata con DGR n. 962/2021 del 21/06/2021 della Regione Emilia-Romagna cofinanziata con risorse del Fondo Sociale Europeo - PO 2014-2020 e della Regione Emilia-Romagna Progetto 12 Edizione 2 "Digital marketing per la comunicazione edilizia" CUP: E43D21002010009

Lunedì	17/10/2022	09.00-13.00	Gli strumenti web based al servizio della comunicazione d'impresa: sito aziendale, piattaforme interattive e social media	Adevertising online – LinkedIn ADS Come utilizzare la piattaforma di LinkedIn ADS per gestire le campagne online raggiungendo il target ideal per profilazioni che né Facebook/Instagram né Google possono garantirci; Processo di impostazione delle campagne online su LinkedIn	Gianluca Capone	4
Mercoledì	19/10/2022	09.00-13.00	Gli strumenti web based al servizio della comunicazione d'impresa: sito aziendale, piattaforme interattive e social media	LinkedIn per il Personal Brand e brand aziendale Fornire consapevolezza come base per poter COMUNICARE tre concetti chiave che ci differenziano sul mercato: 1. chi siamo 2. cosa sappiamo fare 3. come possiamo aiutare il cliente	Gianluca Capone	4
Lunedì	24/10/2022	09.00-13.00	Il processo di comunicazione basato sull'uso di strumenti digitali: i target cliente, la definizione di contenuti, tempi e luoghi della comunicazione, la valutazione degli impatti e del ritorno sul piano delle vendite.	Il social media marketing Posizionamento di brand; Profilazione di target; Cosa comunicare, come comunicare e su quali canali Social	Gianluca Capone	4



Operazione Rif. PA. 2021-15607/RER "EDILIZIA E COSTRUZIONI VERSO LA DIGITALIZZAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ" approvata con DGR n. 962/2021 del 21/06/2021 della Regione Emilia-Romagna cofinanziata con risorse del Fondo Sociale Europeo - PO 2014-2020 e della Regione Emilia-Romagna Progetto 12 Edizione 2 "Digital marketing per la comunicazione edilizia" CUP: E43D21002010009

Mercoledì	26/10/2022	09.00-13.00	Il processo di comunicazione basato sull'uso di strumenti digitali: i target cliente, la definizione di contenuti, tempi e luoghi della comunicazione, la valutazione degli impatti e del ritorno sul piano delle vendite.	Il direct e-mail marketing Come utilizzare la piattaforma Getresponse; Come utilizzare la piattaforma per strategie di listbuilding (costruire liste di contatti email in target) e anche attivare funnel di comunicazione.	Gianluca Capone	4
Mercoledì	02/11/2022	09.00-13.00	Il processo di comunicazione basato sull'uso di strumenti digitali: i target cliente, la definizione di contenuti, tempi e luoghi della comunicazione, la valutazione degli impatti e del ritorno sul piano delle vendite.	Lo Storytelling per comunicare etica e valori Saper creare una strategia di posizionamento e di brand per creare fiducia e trasmettere valori aziendali; Come catturare l'attenzione per attivare la capacità di ascolto;	Gianluca Capone	4



Operazione Rif. PA. 2021-15607/RER "EDILIZIA E COSTRUZIONI VERSO LA DIGITALIZZAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ" approvata con DGR n. 962/2021 del 21/06/2021 della Regione Emilia-Romagna cofinanziata con risorse del Fondo Sociale Europeo - PO 2014-2020 e della Regione Emilia-Romagna Progetto 12 Edizione 2 "Digital marketing per la comunicazione edilizia" CUP: E43D21002010009

Lunedì	07/11/2022	09.00-13.00	Il processo di comunicazione basato sull'uso di strumenti digitali: i target cliente, la definizione di contenuti, tempi e luoghi della comunicazione, la valutazione degli impatti e del ritorno sul piano delle vendite.	Online Presence Management Definizione chiara degli obiettivi; Differenza fra business B2B o B2C; Il ruolo del sito internet e sua ottimizzazione per raggiungere il risultato; • Canali social: sono veramente tutti necessari? • Il content marketing per parlare al target • Il valore del video nel marketing aziendale per creare reputazione e fiducia • Advertising on line e ipotesi di strategia multicanale • Analisi di dati	Gianluca Capone	4
--------	------------	-------------	--	--	-----------------	---

Totale ore 48

NB: Per l'ottenimento dell'attestato di frequenza è indispensabile la frequenza non inferiore all' 70% delle ore programmate.

Coordinatrice: **Tiziana Procopio**