



## FORMAZIONE DIGITAL MARKETING

### Modulo 3: Campagne SEM, ottimizzazione delle conversioni e Google Analytics

#### A chi è rivolto

Il corso è rivolto alle aziende del settore ICT e ai programmatori e sviluppatori che intendono acquisire tutte le skill necessarie a posizionare un sito web sui motori di ricerca attraverso campagne pay-per-click ed iniziare ad acquisire lead dalla ricerca a pagamento. Si riprendono i concetti fondamentali della Search Engine Optimization, si affrontano tutte le tematiche riguardanti il pay-per-click in generale e la piattaforma AdWords in particolare. La parte finale del processo di lead generation da PPC è costituita dalle landing page, dalla loro ottimizzazione e dall'a/b testing.

#### Cosa si impara

Chi avrà seguito il corso sarà in grado di:

- Pianificare una campagna AdWords
- Studiare le keyword più efficaci
- Scrivere gli annunci che convertono maggiormente
- Progettare una landing page
- Impostare un a/b test per ottimizzare il processo di conversione

#### Programma del corso

##### I giorno (8 ore)

- Cos'è la SEM e in cosa differisce dalla SEO
- Cosa fare prima di iniziare una campagna SEM
- Come funziona l'asta AdWords
- Trovare le keyword con i tool più efficaci
- Progettare una campagna search SEM con AdWords
- Definire le keyword
- Scrivere l'annuncio
- La landing page
- L'a/b test e la sua importanza

##### II giorno (8 ore)

- Setup di una campagna search di prova con AdWords
- Studio delle keyword con lo strumento di pianificazione delle parole chiave di AdWords
- Scrittura di un annuncio di prova
- Scrittura di estensioni
- Esempio di monitoraggio e ottimizzazione delle conversioni