

## **Il Digital Specialist nell'Aftermarket Automotive**

### **Progetto "TREVISO in RETE per i GIOVANI"**

Il Progetto prevede la formazione della figura del Digital Specialist, un giovane esperto in tematiche digitali che sappia utilizzare gli strumenti di Web Marketing (dall'Advertising all'Audit, partendo dal Media Planning per la gestione degli strumenti Social nelle attività di E-Commerce) con strategie di sviluppo delle leve di business attraverso le innovative funzioni della Comunicazione, ottimizzando i processi aziendali.

Il Corso prevede 120 ore di formazione in aula multimediale, articolate nelle seguenti tematiche :

- 1. Il Mercato del Service automobilistico ( 24 ore ) – 07, 08 e 09 Marzo, docente : Pierluigi Doro**
  - Analisi dei settori economici e produttivi nei quali si sviluppa l'attività dell'autoriparatore;
  - La capacità di gestire le relazioni ed il soddisfacimento dei criteri e delle esigenze del cliente ;
  - Il commercio elettronico B2C nell'Automotive, il B2B per gruppi di acquisto ed attività consortili ;
  - L'azienda Lean, come ottimizzare i processi, ridurre i costi ed aumentare la fattura media ;
  - La Responsabilità Sociale d'Impresa, il Codice Etico e la Certificazione di Qualità ;
  - Nozioni e fondamenti del Marketing strategico, tattico ed operativo, e sulla Brand reputation .
  
- 2. Il Marketing multicanale ( 16 ore ) – 10 e 11 Marzo, docente : Diego Gentile**
  - Panorama della strumentazione hardware e software a disposizione del Service Automotive ;
  - I diversi CMS : da programmatori a sviluppatori user friendly, per la comunicazione integrata ;
  - Connettività, Tutela della privacy, Hosting, Sicurezza dei sistemi e Protezione dei dati ;
  - Definizione del Project Work specifico a cui lavoreranno i diversi Team per elaborare la Tesi .
  
- 3. Strumenti SEO ed E-commerce ( 40 ore ) – 14,15,16,17 e 18 Marzo, docente: Stefano Rigazio**
  - Nozioni minime necessarie per operare attraverso piattaforme di E-commerce interattive ;
  - Dati dell'E-commerce in Italia, nuove tendenze ed evoluzione del Web marketing ;
  - Vantaggi, svantaggi, errori comuni e caratteristiche operative di un E-commerce ;
  - Strumenti per la fidelizzazione, comparatori prezzi, SEO per E-commerce, usabilità del sito ;
  - Le opzioni tecnologiche a disposizione, strategie di Indicizzazione organica nell'E-commerce ;
  - Come ragiona Google, Ottimizzazione On site ed Off site, Analisi del Target e dei Competitor ;
  - Individuazione delle Keywords funzionali, utilizzo di Adwords ed Adsense, definizione dei KPI ;
  - Soluzioni video, Ottimizzazioni su You Tube, Confronti You Tube e Vimeo .
  
- 4. Social Web Marketing ( 40 ore ) – 21,22,23,24 e 25 Marzo, docente : Marina Semenzato**
  - Formazione per l'attività di Blogger e per lo sviluppo e gestione del Native Marketing ;
  - Come il Marketing digitale consente di analizzare le aspettative del cliente ed ottimizzare i contatti ;
  - Social development, Facebook, Twitter, Linkedin, YouTube, Storytelling & Content management ;
  - Customer care e Customer retention, User experience per la Community many-to-many ;
  - Nozioni di Digital Strategy, SEO, SEM, DEM e Facebook marketing ( Lead Aps in particolare ) ;
  - Misurazione delle performance attraverso Google Analytics ed i principali osservatori digitali ;
  - Utilizzo del CRM in ottica Social, monitoraggio del cliente durante e dopo le fasi di acquisto ;
  - Webinar e bibliografia per le campagne di Comunicazione e Web Social Marketing .