**Training Fiche**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Titolo** | | Marketing digitale internazionale: strategie e strumenti | | |
| **Parole chiave (meta tag)** | | Marketing digitale, piano e gestione delle campagne di marketing, strategie e strumenti di marketing | | |
| **Lingua** | | Italiano | | |
| **Obiettivi / Obiettivi / Risultati di apprendimento** | | * Scopri i diversi tipi di marketing digitale * Pianificare e gestire una campagna di marketing digitale * Scopri i principali strumenti di marketing | | |
| **Area di allenamento: (Seleziona un’area)** | | | | |
| Strategie per l’internazionalizzazione | | | |  |
| E-commerce, marketing internazionale e digitale | | | | **X** |
| Vendita sociale | | | |  |
| Aspetti sociologici e culturali dell’esportazione extra UE | | | |  |
| **European Qualification Framework**  **(EQF)** | | | | | | |
| Livello 5 | | | | | |
| **Descrizione** | | Il marketing digitale (noto anche come marketing online) si riferisce all’utilizzo di un numero qualsiasi di canali digitali per pubblicizzare e promuovere prodotti e servizi. Può anche essere molto utile avvicinarsi ai consumatori e capire il loro comportamento.  RACE è un framework pratico per aiutare i marketer e gli imprenditori a pianificare e gestire la loro strategia di marketing digitale e migliorare i risultati da essa. Questo framework consiste in un primo momento di pianificazione, seguito da 4 fasi strategiche che coprono l'intero ciclo di vita del cliente. | | |
| **Contenuti disposti su 3 livelli** | | 1. **Marketing digitale internazionale: strategie e strumenti**   **1.1 Introduzione. Cos’è il marketing digitale internazionale**?  1.1.1 Marketing internazionale  1.1.2 Tipi di marketing digitale  1.1.3 Modelli multichannel e omnichannel  **1.2 Strategie di successo per la tua campagna di marketing digitale internazionale**.  1.2.1 RACE Framework  1.2.2 RACE: Raggiungere  1.2.3 RACE: Attuare  1.2.4 RACE: Conversione  1.2.5 RACE: Coinvolgimento  **1.3 Strumenti principali.**  1.3.1 Strumenti di social media marketing  1.3.2 Strumenti SEO (ottimizzazione per i motori di ricerca)  1.3.3 Strumenti di ottimizzazione delle conversioni  1.3.4 Altri strumenti utili  **1.4 Raccomandazioni e suggerimenti. Cosa fare e cosa non fare**  1.4.1 Consigli generali  1.4.2 Cosa fare e cosa non fare | | |
| **Glossario** | **Marketing digitale:** si riferisce all’uso dei canali digitali per commercializzare prodotti e servizi al fine di raggiungere i consumatori.  **Comunicazione digitale: qualsiasi** informazione scambiata per via elettronica tra un numero finito di parti.  **Content marketing:** è una strategia di marketing utilizzata per attrarre, coinvolgere e trattenere un pubblico creando e condividendo articoli, video, podcast e altri media pertinenti.  **Marketing di affiliazione:** processo mediante il quale un affiliato guadagna una commissione per la commercializzazione dei prodotti di un’altra persona o azienda  **Modello multichannel:** l’utilizzo di tutti i canali (negozio fisico, mobile, marketing online) per contattare i clienti senza una connessione tra i canali | | | |
| **Autovalutazione**  **(domande a risposta multipla)** | 1. Il marketing digitale può essere utile per:  a) Annunciare e promuovere prodotti e servizi  b) Capire il comportamento dei consumatori  **c) Entrambi**  2. Cosa significa la C dell’acronimo RACE?  a) Cambiare  **b) Convertire**  c) Personalizzare  3. Qual è il miglior modo per combinare le tecniche del marketing tradizionale e digitale?  a) Con il modello multicanale  b) **Con il modello omnicanale**  c) Nessuna delle risposte precedenti  4. L’ultimo passo all’interno del RACE è lavorare a:  a) Prove A/B  b) Ottimizzazione delle tariffe  c) **Fidelizzazione dei clienti**  5. Cosa non devi fare per avere successo con il marketing digitale:  **a) Cercare di arrivare al pubblico di massa**  b) Investire in un blog aziendale  c) Investire nel marketing via email | | | |
| **Toolkit (linee guida, best practices, checklist, lezioni apprese...)** | **Nome** | |  | |
| **Descrizione** | |  | |
| **Link di interesse** | |  | |
| **Risorse (video, link di riferimento)** |  | | | |
| **Materiale correlato** |  | | | |
| **PPT correlati** | E4F\_International\_digital\_marketing.PPTX | | | |
| **Bibliografia** | <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp>  <https://www.marketo.com/digital-marketing/#What>  <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/>  <https://iide.co/blog/dos-and-donts-of-digital-marketing/>  <https://eternitymarketing.com/blog/dos-and-donts-of-digital-marketing> | | | |
| **Fornito da** | IWS | | | |