**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 internazionale1.1.2 Tipi di marketing digitale1.1.3 Modelli multichannel e omnichannel**1.2 Strategie di successo per la tua campagna di marketing digitale internazionale**.1.2.1 RACE Framework1.2.2 RACE: Raggiungere1.2.3 RACE: Attuare1.2.4 RACE: Conversione1.2.5 RACE: Coinvolgimento**1.3 Strumenti principali.**1.3.1 Strumenti di social media marketing1.3.2 Strumenti SEO (ottimizzazione per i motori di ricerca)1.3.3 Strumenti di ottimizzazione delle conversioni1.3.4 Altri strumenti utili**1.4 Raccomandazioni e suggerimenti. Cosa fare e cosa non fare**1.4.1 Consigli generali1.4.2 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) Personalizzare3. 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/Bb) 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 aziendalec) 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 |