



“DIGITAL MARKETING PER L’INTERNAZIONALIZZAZIONE”

**Per informazioni
e adesioni**

Maria Francesca Calabria
Tel. 0984 938784
mariafrancesca.calabria@cs.camcom.it

La Camera di Commercio di Cosenza, nell’ambito del Progetto SEI, Sostegno all’Export dell’Italia, in collaborazione con ‘NIBI’, la Business School di Promos Italia, propone il Corso Executive “Digital Marketing per l’internazionalizzazione”.

Le aziende per tutto il 2020 hanno dovuto adeguare in modo significativo le loro strategie per conformarsi alla nuova situazione di mercato e alle nuove normative governative. La crisi pandemica Covid-19 ha reso ancora più evidente la necessità di ricorrere al marketing e al commercio digitale, cresciuto di oltre il 25 per cento nel corso del 2020 e atteso in ulteriore crescita nei prossimi anni. In tale ottica è evidente di quanto il ruolo del **digitale** sia fondamentale per le imprese che intendono restare al passo con la modernità e accrescere i loro business nei **mercati internazionali**.

Principale fattore critico di successo è oggi la capacità di affrontare e gestire i **mercati in un’ottica digitale**.

Lo scopo del Corso è quello di sviluppare le competenze manageriali e gli strumenti offerti dal digitale per rispondere alle rinnovate esigenze delle imprese, coniugando la coerenza offerta dall’esperienza in molteplici iniziative didattiche dedicate **all’export digitale**, con la concretezza del **confronto con esperti** per cui il marketing digitale è il principale strumento professionale. Il Corso executive è rivolto alle aziende che intendano cogliere le nuove sfide poste dal **marketing digitale** e dall’**e-commerce** per accrescere la propria competitività sui mercati esteri.

La docenza è affidata ad una **Faculty di massimo livello**, selezionata tra riconosciuti esperti del panorama digitale, capaci di combinare visione strategica, operativa e condividere competenza e esperienze professionali.



Perché partecipare

Un programma intensivo che fornisce una panoramica completa e strutturata di tutti gli strumenti concettuali e operativi per affrontare e sviluppare il proprio business sui mercati internazionali

Il Corso Executive garantisce una preparazione concreta e operativa finalizzata a:

- Comprendere l'apporto del digitale a supporto delle attività di internazionalizzazione d'impresa
- Conoscere gli ambienti digital per definire una strategia di comunicazione, marketing e business per essere operare con successo sui mercati esteri
- Essere introdotti alle similitudini e alle differenze tra i diversi canali di marketing digitale
- Approfondire le attività che possono essere condotte per sviluppare le iniziative di lead generation ed e-commerce internazionali
- Condurre ricerche e analisi digitali, stabilendo gli obiettivi di business
- Pianificare una strategia di marketing digitale internazionale
- Impostare, ottimizzare, creare e curare campagne pubblicitarie organiche su Facebook & Instagram, Twitter e LinkedIn
- Creare e gestire campagne di ricerca in Google AdWords e utilizzare Google Analytics per misurare il rendimento

A chi si rivolge

Il Corso Executive è rivolto alle piccole e medie imprese che vogliono acquisire, approfondire e sviluppare le proprie competenze manageriali per operare con successo nel contesto globale e affrontare le sfide del mondo digitale

Il Corso di Digital Marketing per l'internazionalizzazione si rivolge ad un numero massimo di **12 imprese** aventi sede legale e/o operativa nella provincia di Cosenza.

La partecipazione al Corso Executive è gratuita, previa profilazione al portale del Progetto SEI, compilando il questionario al link <https://www.sostegnoexport.it/questionario/> (password: progettosei). Le imprese già iscritte non devono registrarsi nuovamente.

Non sono ammessi i consulenti e i professionisti



Promos Italia

Agenzia Italiana per l'Internazionalizzazione - Promos Italia s.c.r.l.

Via Meravigli, 7 - 20123 Milano

tel / +39 02 8515.5336

email / info@promositalia.camcom.it



Durata

32 ore complessive di
lezione on line

Il Corso Executive è strutturato in **8 moduli on line** della durata di **4 ore di lezione cadauno**.

Ogni webinar si svolgerà dalle ore 9.30 alle ore 13.30.

Calendario e Programma

Martedì,
19 ottobre 2021
Ore 9.30-13.30

Le strategie digital in ambito internazionale

- Il mondo del digitale per affrontare i mercati internazionali: come social media e marketplace stanno cambiando le dinamiche dell'internazionalizzazione. Analisi dei principali modelli di business e caratteristiche dei principali ambienti digitali orientati all'export, da Alibaba ad Amazon, da Google a Facebook, da Instagram a LinkedIn
- Il digitale come strumenti di analisi di un mercato: tool gratuiti e a pagamento per lo studio della domanda e dei concorrenti
- Il mondo del digital export: *facts and figures* sulla diffusione del commercio elettronico e principali sfide per le imprese
- Il Web e le strategie di marketing digitale per l'internazionalizzazione. Le dinamiche business-to-business e le dinamiche business-to-consumer. I tre filoni del digital export.

L'e-commerce in ambito internazionale

Il lancio di un sito di e-commerce internazionale:

- Benefici e criticità di un progetto e-commerce;
- Il software e-commerce: cautele da porsi di fronte alla scelta e requisiti per predisporre un sito e-commerce internazionale;
- Usabilità del sito: gli errori più comuni di un sito multi-lingua. La User Experience;



Promos Italia

Agenzia Italiana per l'Internazionalizzazione - Promos Italia s.c.r.l.
Via Meravigli, 7 - 20123 Milano
tel / +39 02 8515.5336
email / info@promositalia.camcom.it



- Le attività post-vendita ed il ruolo del customer care;
- Customer care e capitalizzazione del cliente. La marketing automation

Venerdì,
22 ottobre 2021
Ore 9.30-13.30

Il sito web punto di contatto tra i media nel digitale.

- Progettazione dell'esperienza utente, contenuti, interazioni, SEO e collegamento con i Social Media.
- A chi comunicare: il sito per comunicare ai propri pubblici. Il sito in una logica multi-paese.
- Ragionare in chiave processo d'acquisto: i contenuti come strumento chiave nel percorso di lead generation.
- Anche l'occhio vuole la sua parte: la comunicazione visiva e l'importanza dei colori. Esempi di User Experience Design e Web Design.
- Progettare e realizzare il sito. Obiettivo: farsi trovare dalle persone che ne hanno bisogno, al momento del bisogno.
- Fornire contenuti utili ai propri utenti, definire un piano di riorganizzazione e scrittura dei contenuti mirata
- Organizzazione dei contenuti: flussi di navigazione, albero del sito, informative sezioni e tag.
- Indicatori Chiave di Prestazione (KPI) quali e come usarli per un piano di crescita mirata.

Martedì,
26 ottobre 2021
Ore 9.30-13.30

Farsi trovare sui mercati internazionali. La SEO e la presenza sui marketplace

- Far trovare i propri prodotti sui mercati esteri online. La SEO ("Search Engine Optimisation"):
 - Specificità e strumenti per la SEO internazionale. Google Search Console
 - I tool SEO: Search Console, Semrush e gli altri tool indipendenti
 - Tecniche SEO per un sito e-commerce: il ruolo dei contenuti
 - Backlink e User Experience: i fattori non tecnici della SEO. Le directory
 - Technical SEO e ruolo delle performance del sito web
 - La visibilità del sito negli ambienti esterni a Google. Differenze fra Google e Yandex.
- L'analisi del traffico naturale del sito e l'ottimizzazione SEO delle schede prodotto.
- I marketplace business-to-consumer e business-to-business. Le formule commerciali per esservi presenti e le leve, di marketing digitale e pubblicitarie per emergere:
 - Amazon: conoscere l'algoritmo che regge la Buy Box e le tecniche disponibili per accrescere visibilità e vendite. Amazon Business e il servizio Fullfilled by Amazon.



- Alibaba e la lead generation b2b: modalità per esservi presente e modalità per accrescere i contatti. Le Richieste di Preventivo.
- Gli altri marketplace internazionali: Tmall, Taobao, Ebay, Etsy,

Venerdì,
29 ottobre 2021
Ore 9.30-13.30

L'analisi dei dati del sito e la web analytics

- Il tracciamento delle attività online: fonti di produzione dei dati, opportunità e limiti del loro tracciamento e della loro interpretazione. Google Analytics e Google Tag Manager.
- Google Analytics: il pannello di Amministrazione, i Rapporti, le funzionalità di marketing automation disponibili.
- Google Analytics e l'e-commerce. L'Enhanced E-commerce Tracking e le funzionalità di ottimizzazione delle conversioni.

Martedì,
3 novembre 2021
Ore 9.30-13.30

Il web-marketing per la vendita online e la lead generation sui mercati esteri

- Google Ads: le campagne internazionali. Impostare una campagna, valutarne i ritorni, migliorarne i rendimenti. Le campagne dinamiche per i siti e-commerce.
- Facebook Ads vs. Google Ads. L'uso dell'Interest Graph alla base della pubblicità su Facebook ed Instagram. I tool avanzati per la gestione: Audience Insights e Business Manager. Il pixel di Facebook per le attività di retargeting e per la marketing automation .

Venerdì,
5 novembre 2021
Ore 9.30-13.30

I social media per essere presenti sui mercati internazionali

- Social media strategy: definire la strategia più efficace per la propria azienda a partire dal suo posizionamento e dal mercato di riferimento.
- L'ascolto della Rete: strategie, tools, gestione dei commenti critici. WhatsApp, Telegram e il ruolo degli instant messenger.
- Focus sulle piattaforme:
 - Facebook ed Instagram: l'elaborazione di un piano editoriale e la valutazione dei post sulla base dell'algoritmo delle piattaforme.
 - Le principali piattaforme social internazionali: WeChat, VK e le altre. Specificità e similitudini con i social network occidentali.
 - I social media per generare contatti commerciali:
 - La Pagina LinkedIn e le soluzioni gratuite e a pagamento offerte dalla piattaforma.



- Perché usare LinkedIn per consolidare e sviluppare contatti commerciali nelle attività rivolte alle imprese;
- LinkedIn per l'export manager: il Profilo professionale ed il linguaggio da adottare.
- La ricerca su LinkedIn e Sales Navigator.

Mercoledì,
10 novembre 2021
Ore 9.30-13.30

Aspetti fiscali del commercio elettronico

- Aspetti di carattere generale- Adempimenti e scelte iniziali
- Vendita di beni fisici (commercio elettronico indiretto)
- Vendita di prodotti non sottoposti ad accisa
 - Vendita a consumatori finali italiani, di altro Paese Ue, di Paese extra Ue
- Vendita di prodotti sottoposti ad accisa (es. bevande alcoliche)
 - Vendita a consumatori finali italiani, di altro Paese Ue, di Paese extra UE
- Vendita di beni virtuali (commercio elettronico diretto)
- Vendita a distanza di beni importati
- Utilizzo delle interfacce elettroniche facilitatrici
- Casistica operativa:
 - drop shipping
 - imprese in regime forfetario
 - depositi logistici all'estero
 - unità all'estero
 - reti di imprese e consorzi

Venerdì,
12 novembre 2021
(9.30-13.30)

Contrattualistica e pagamenti on line. Il perfezionamento della transazione economica, i diritti del consumatore e la gestione dei resi, le modalità di pagamento e incasso elettronico.

- Definizione di contratto telematico e differenze con termini simili
- Obblighi informativi pre e post-contrattuali
- La conclusione del contratto telematico e gli elementi essenziali per la conclusione del contratto telematico
- L'informativa ed il recesso nel codice del consumo
- Contratto di vendita B2B e B2C: le differenze da considerare nel contratto telematico
- I contratti con i consumatori: informativa rafforzata, clausole vessatorie e diritto di recesso
- Privacy e cookies
- Le forme di pagamento digitale e i processi di esportazione;
- Le gestiones delle transazioni internazionali nell'e-commerce e il procedimento corretto da implementare per il pagamento;
- e-commerce B2B e B2C: quali differenze nelle modalità di pagamento



Termini di adesione

Le aziende potranno inviare la propria iscrizione entro e non oltre il 15 ottobre

Le aziende potranno iscriversi al Corso "Digital Marketing per l'internazionalizzazione" entro il termine del 15 ottobre 2021.

Le iscrizioni verranno accettate in base all'ordine cronologico di arrivo.

Le aziende devono essere in regola con il pagamento del diritto annuale camerale.

Sarà ammesso un solo partecipante per azienda.

Modalità di partecipazione

On line

Gli appuntamenti formativi on line si svolgeranno nella piattaforma GoToWebinar.

Dopo l'iscrizione, il partecipante riceverà via mail il link al quale collegarsi a tutti e 8 gli appuntamenti.

Il link per l'iscrizione è:

<http://crm.promositalia.camcom.it/index.phtml?idi=2173>

Attestato

80% di frequenza

La frequenza ad almeno l'80% dei moduli darà diritto a ricevere un attestato di partecipazione da parte di NIBI.