



Università degli Studi
Guglielmo Marconi

Corso di Formazione

BLOGGER E COPYWRITING



Blogger E Copywriting



Titoli di accesso: libero



Iscrizioni: sempre aperte



Modalità: On-line (asincrona)



Durata: 150 ore CFU: 6



Attestato finale: Attestato di partecipazione



Prezzo: 250 Euro



Segreteria:
+39-06-37725342
formazione@unimarconi.it

Presentazione

In un'arena competitiva in cui, per le aziende, non basta più "aprire la serranda ed aspettare che entrino i clienti" diventa necessario, se non obbligatorio, sfruttare tutte le potenzialità offerte dagli strumenti digitali, per far sì che l'impresa possa raggiungere i suoi obiettivi.

La prima fase della digitalizzazione si è concentrata attentamente su immagini e video da utilizzare sui nuovi media, mantenendo invariata la comunicazione testuale, che ha continuato a seguire i dettami della comunicazione giornalistica o pubblicitaria classica.

In questo momento, anche a causa di politiche restrittive dei social network e politiche di indicizzazione dei motori di ricerca, è sempre più evidente l'esigenza di applicare un metodo di scrittura unico e specifico per ogni tipo di piattaforma digitale sulla quale si vanno a produrre testi.

Il corso Blogger e Copywriting affronta tutte le modalità di scrittura necessarie per ottenere dei testi efficaci per l'obiettivo prefissato e il medium utilizzato, dalle classiche tre domande "chi, cosa, come", alla scrittura di testi per blog aziendali, alla modalità di redazione di testi per post sui social, fino ad arrivare alla creazione di annunci per ADS su Facebook e Google.

Durante il corso verranno analizzate le varie tipologie di testi da utilizzare a seconda del livello di consapevolezza dell'utente, si parlerà di copywriting e si illustreranno alcune policy dei principali social network che premiano o penalizzano i testi dei post inseriti da persone e aziende.

Una particolare attenzione verrà data a due argomenti fondamentali per chiunque si occupi in maniera professionale di produrre testi da pubblicare online: scrivere per vendere e scrivere in ottica SEO.

Obiettivi

- Fornire ai partecipanti le conoscenze di base sul copy e sulla scrittura per il web.
- Fornire ai partecipanti le competenze per redigere un testo efficace per ogni tipologia di media online.
- Fornire ai partecipanti le competenze per scrivere un annuncio ADS online.
- Fornire ai partecipanti le competenze necessarie per ottimizzare in ottica SEO i propri testi.

Programma

1. Il Blog: da passatempo a strumento di ausilio al marketing aziendale

- Blog e CMS
- Tipologie di blog: blog di notizie e curiosità
- Tipologie di blog: blog aziendale
- Tipologie di blog: articoli su sito aziendale
- Il blog come strumento di marketing aziendale

2. Scrivere per il Web

- Il linguaggio nella scrittura tradizionale e la sua declinazione nello scrivere per il web
- Tipologie di utilizzo testi nel web: blog, email, post, ads
- Stili di scrittura e impaginazione
- Le immagini come rinforzo del messaggio

Blogger E Copywriting



Titoli di accesso: libero



Iscrizioni: sempre aperte



Modalità: On-line (asincrona)



Durata: 150 ore CFU: 6



Attestato finale: Attestato di partecipazione



Prezzo: 250 Euro



Segreteria:
+39-06-37725342
formazione@unimarconi.it

3. Il Copywriting

- La bella scrittura e la scrittura efficace
- Gli elementi per un buon copy: headline
- Gli elementi per un buon copy: i dati
- Gli elementi per un buon copy: le call to action
- Gli elementi per un buon copy: la storia

4. 3 Segreti per un buon copy: l'Emittente

- Analisi aziendale come strumento di creazione contenuti
- Il posizionamento aziendale come argomento centrale
- Tecniche di comunicazione efficace

5. 3 Segreti per un buon copy: il Destinatario

- La Buyer Persona e il dialogo mentale
- La Piramide della Consapevolezza

6. 3 Segreti per un buon copy: il Messaggio

- Lo Storytelling applicato alla Piramide della Consapevolezza
- Il viaggio dell'eroe come strumento di costruzione del testo
- Contenuti e media: la destrutturazione dei contenuti per l'uso su blog e social

7. Il Copy Persuasivo

- Vantaggi Vs Benefici
- La presentazione del prezzo
- La Reason Why e il meccanismo unico

8. Scrivere per Vendere

- La gestione delle obiezioni all'interno di un pezzo di copy
- L'inversione del rischio
- Le testimonianze come strumento di dimostrazione

9. Scrivere in Ottica SEO

- Originalità
- Ridondanza
- Le immagini e il "tag alt" come strumento testuale di indicizzazione

10. Funnel & Lead Generation

- Lead Generation: tecniche e modalità
- Il Funnel
- L'integrazione coordinate degli strumenti di marketing

11. Scrivere per il Blog

- Come costruire gli articoli per un blog
- Come utilizzare le CTA sul blog

12. Scrivere per i Social

- Gli stili e le tecniche di copy per i Social Media
- Come utilizzare le CTA sui Social Media
- L'utilizzo dei social come strumento di promozione del blog

13. Scrivere una Newsletter

- Newsletter di benvenuto o informativa
- La digital sales letter
- Modalità di utilizzo e integrazione con gli altri strumenti di marketing

14. Scrivere una ADS

- Scrivere annunci efficaci
- Le 10 regole di copy da rispettare per evitare il Ban

15. Il Blocco dello Scrittore

- Quali informazioni inserire nel copy?
- Dove trovare le idee per i nuovi articoli?

Docente

Andrea Stoppacciaro