

WORK SHOP CCN

PERCORSO FORMATIVO PER GLI OPERATORI DEI CENTRI COMMERCIALI NATURALI

Il percorso formativo, ipotizzato per tutti gli operatori dei Centri Commerciali Naturali, cercherà di illustrare e diffondere i valori generali del progetto cercando di favorire il miglior coinvolgimento possibile di ogni singola attività rispetto alle opportunità offerte dal progetto CCN.

In particolare si concentrerà ad illustrare le potenzialità del portale dei Centri Commerciali Naturali. Si parlerà dell'evoluzione di Internet e di ciò che i consumatori si aspettano di trovare in rete, oltre che di ottimizzazione dei siti, di tecniche di esposizione dei prodotti online, delle possibilità di promuovere il proprio business in rete grazie al web marketing.

Il corso presenterà esempi: casi di successo ma anche tipici errori che penalizzano gli sforzi delle aziende meno accorte.

Il percorso formativo avrà inoltre la funzione di aggiornare alcune competenze fondamentali per una gestione innovativa dell'azienda, al fine di renderla competitiva rispetto al mercato e garantire adeguati livelli di sviluppo.

SCHEDA PERCORSO FORMATIVO CCN

- ⊗ **DESTINATARI:** da 10 a 16 imprenditori/commercianti
- ⊗ **DURATA:** max 22 ore
- ⊗ **REALIZZAZIONE:** max 3 ore settimanali
- ⊗ **SEDE DEL CORSO:** Comune di Formello
- ⊗ **ORARIO DI SVOLGIMENTO:** l'organizzazione oraria e il calendario delle lezioni sarà concordata con i singoli partecipanti al momento di avvio dell'attività formativa. E' ipotizzabile cmq una sessione settimanale di 2/3 ore (preferibilmente di giovedì pomeriggio).

● PERCORSO FORMATIVO

Comunicazione su web		
Modulo	Titolo	Ore
1	Progetto e portale CCN (Web 2.0)	2
2	Comunicazione esterna	4
3	Web marketing	4
4	Servizi per le imprese (Cat Confesercenti)	2
5	E-commerce: potenzialità di sviluppo	8
6	Sistema formativo: Fondi interprofessionali	2
Totale ore		22

Coordinamento
Dott.ssa Federica Modesti

PROGRAMMA COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO
A cura della Dott.ssa Elisa Bellotti

PARTE I – L'ABC del marketing

- Cosa significa comunicare (analisi dei linguaggi)
- il target
- fruibilità, accessibilità, usabilità
- direct marketing (packaging_ promozione_ pubblicità)
- fondamenti del marketing non convenzionale.

PARTE II _ La comunicazione istituzionale

- cos'è la PEC
- perché usarla e come
- che tipo di PEC scegliere
- archiviazione sostitutiva e firma digitale
- validità e obbligo della PEC
- ESERCITAZIONE PRATICA.

PARTE III_Web marketing strategico

- e-mail marketing e newsletter di successo
- guerilla marketing (esempi)
- la strategia per i professionisti
- perchè affidarsi agli esperti del settore comunicazione
- CONCLUSIONI.

12

WORKSHOP DI FORMELLO: PROGRAMMA E-COMMERCE
a cura di GUIDO PICONE esperto Web marketing

Il percorso formativo avrà la funzione di creare, acquisire e le competenze fondamentali per una comunicazione commerciale efficace dell'azienda in rete, al fine di renderla competitiva rispetto al mercato e garantire adeguati livelli di sviluppo.

Parte I	ARGOMENTI ED ESERCITAZIONI
<p>Il programma si divide in 4 fasi:</p> <p>1) introduzione ai concetti fondamentali della comunicazione e del marketing sul web.</p> <p>2) verifica degli strumenti tecnici e conoscitivi relativi all'argomento posseduti dagli allievi.</p> <p>3) Introduzione al social media marketing</p> <p>4) esercitazione pratica</p>	<p>1) web marketing – linee generali</p> <p>2) strumenti di internet marketing</p> <p>3) Indagine sull'e-commerce</p> <p>4) marketing 2.0</p> <p>5) Utilizzo del marketing nei social network</p> <p>6) <u>prova pratica</u>: creazione pagina aziendale sui Social Network (facebook)</p>
Parte II	ARGOMENTI ED ESERCITAZIONI
<p>Il programma si divide in 2 fasi:</p> <p>1) Approfondimenti tecnici sulla comunicazione commerciale in rete e utilizzo degli strumenti promozionali.</p> <p>2) Laboratorio redazionale del marchio e dei prodotti della propria azienda su Facebook (esercitazione pratica)</p>	<p>1) Marketing sul web e scrittura</p> <p>2) Promozione online</p> <p>3) Annunci e parole chiave ADWORDS</p> <p>4) Conquistare in rete la fiducia del cliente</p> <p>5) pay-per-click e pay-per-mail</p> <p>6) <u>prova pratica</u>: Redazione della propria pagina aziendale su facebook</p>
Parte III	ARGOMENTI ED ESERCITAZIONI
<p>Il programma si divide in 2 fasi:</p> <p>1) La pubblicità sui motori di ricerca e strategie di comunicazione</p> <p>2) Laboratorio: Implementazione della propria pagina aziendale su Facebook (esercitazione pratica)</p> <p>Utilizzo di programmi free (Directory gratuite: Italiane e straniere, tematiche e generaliste - GOOGLE PLACES).</p>	<p>1) Search advertising</p> <p>2) Ufficio stampa</p> <p>3) La seduzione nel web marketing</p> <p>4) Viral Marketing</p> <p>5) Landing page</p> <p>6) <u>prova pratica</u>: sviluppo e incremento della propria pagina aziendale su facebook</p>

**MODELLO 01: COMUNICAZIONE DELLA VOLONTA' DI PARTECIPAZIONE AL
WORKSHOP
"CENTRI COMMERCIALI NATURALI E COMUNICAZIONE SU WEB"**

Il sottoscritto	Nato a
il	Residente a
indirizzo	
Recapiti telefonici	
In qualità di rappresentante dell'Azienda (o altro)	
CHIEDE	
di essere ammesso/a a partecipare al workshop specificato in oggetto.	
<i>Al fine di poter realizzare una formazione il più possibile efficace e interessante si chiede di dare indicazioni su quali potrebbero essere gli interessi da poter sviluppare nel workshop:</i>	
<hr/>	
<hr/>	
<hr/>	
Competenza sull'argomento: Es. Conoscenza word, excel internet, posta elettronica,	
<hr/>	
<hr/>	
Autorizzo al trattamento dei dati personali ai sensi della vigente normativa sulla Privacy D. lgs. 196/03	
Data	Timbro e firma del Legale Rappresentante