



Business Academy CIS

Executive Master

DIGITAL CORE

Il Master diretto al cuore del Digital Marketing

CIS-FORMAZIONE
PARTNER PER LA GESTIONE D'IMPRESA

DIGITAL CORE

Il Master diretto al cuore del Digital Marketing.

Un Master che ti proietta al centro del complesso ecosistema del Digital Marketing.

Per chi in azienda vuole evolvere o approfondire il tema del marketing applicato al digital, avere uno sguardo verso il futuro e iniziare/perseguire/completare una progettualità strutturata che abbia come obiettivo la crescita del proprio business attraverso l'utilizzo di questi temi.

Il percorso del Master Executive offre un programma didattico completo, con docenti e professionisti di alto livello, che hanno maturato importanti esperienze sul campo.

Il Master privilegia forme di insegnamento dinamico attraverso l'analisi di case study da discutere e testimonianze aziendali sul campo.

Grazie al network di Lovemark entrerai in contatto diretto con aziende, brand e partner provenienti da tutto il mondo.

FACULTY

LOVEMARK

Lovemark è una società di Digital Marketing con sedi a Milano e Reggio Emilia, specializzata nelle attività della comunicazione digitale.

La mission è supportare la crescita delle aziende progettando in sinergia la strategia e le azioni più efficaci per raggiungere gli obiettivi di marketing, ottimizzando il ritorno dell'investimento e potenziando il business.

Attualmente 30 persone compongono il team di Lovemark con competenze tecniche specifiche.

Luca Catellani (Direzione Didattica)

Esperto di Marketing Digitale. CEO e Founder di Lovemark.

Docente di Marketing Digitale nel network di Confindustria.

Membro del Board (Consiglio Generale) di Unindustria (Confindustria) Reggio Emilia.

Specializzato nell'approccio strategico al Marketing Digitale con una forte esperienza nel settore BtB.

La forza della sua squadra è nella verticalità delle competenze che spaziano sui due grandi ambiti di attività complementari: il piano comunicativo digital e il piano applicativo/tecnologico.

DIGITAL CORE

Il Master diretto al cuore del Digital Marketing.

Avvio 27 Ottobre 2021

FREQUENZA

Ottobre 2021/Febrero 2022

CALENDARIO

27 Ottobre 2021-- *on-line*

3 Novembre 2021

17 Novembre *on-line*

14 Dicembre 2021

12 Gennaio 2022

19 Gennaio 2022 *on-line*

2 Febrero 2022

9 Febrero *on-line*

23 Febrero 2022

DURATA e MODALITA' di SVOLGIMENTO

Il Training della durata di 48 ore è strutturato in 9 incontri e si svolge in modalità **blended (36 ore in presenza e 12 on-line)**

*A cui si aggiungono 2 incontri on-line di 2 ore di **tutorship** al termine del 2° e 3° Modulo - di monitoraggio e approfondimento con la Direzione didattica del Master, per garantire continuità al percorso e rileggere i diversi moduli in ottica globale.*

PROFILO DEI PARTECIPANTI

Il percorso si rivolge a Titolari -Imprenditori - Responsabili di funzione - Manager- Project Manager - Responsabili di Business Unit o Responsabili di nuova nomina.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

€ 2.700,00 euro + iva
per Aziende non associate Unindustria

€ 2.400,00 euro + iva
per Aziende associate Unindustria

SEDE

Le sessioni del Training programmate in presenza si svolgeranno presso la Sede CIS
Via Aristotele 109 (Reggio Emilia)

DIDATTICA E METODOLOGIA DI APPRENDIMENTO

Cristina Camellini (Direzione Didattica)

Esperto di Marketing Digitale. Operation Manager & Founder di Lovemark. Specializzata nell'approccio strategico al Marketing Digitale con una forte esperienza nel settore BtB. Negli anni si è misurata un mondo in continua evoluzione, portando in Lovemark nuove idee e evoluzioni di servizio tipiche del nostro settore in continua evoluzione. In Lovemark monitoro tutto il processo progettuale e di gestione dei team da quando il progetto deve iniziare fino alla sua consegna insieme ai vari team di lavoro

Nico Guzzi

Si occupa di web marketing da circa 14 anni. segue e sviluppa strategie di seo, web analytics, sem/ppc, social media, content marketing, usabilità e cro, più in generale web marketing. negli anni si è misurato ogni giorno con un mondo in continua evoluzione, occupandosi di b2c, b2b, e-commerce, siti di servizi. è attualmente digital product manager e responsabile area seo & ux in lovemark. è stato responsabile dell'area seo di webranking, poi dell'area cro di optimized group del gruppo digitouch.

Tiziana Caselli

Si occupa di progetti digitali da oltre 10 anni. project manager e responsabile team produzione presso lovemark. ha seguito numerosi progetti internazionali con focus su tutta l'area dei social media e di employer branding attualmente supervisiona, coordina e pianifica delle attività del team di produzione lovemark marco iori project manager e responsabile area marketing automation in lovemark. realizza progetti di marketing automation, crm e inbound sia in ambito b2b che b2c. analizza dati, campagne adv, gestione progetti di digital marketing e internazionalizzazione.

Marco Iori

project manager e responsabile area marketing automation in lovemark. realizza progetti di marketing automation, crm e inbound sia in ambito b2b che b2c. analizza dati, campagne adv, gestione progetti di digital marketing e internazionalizzazione.

La qualità del training è garantita dall' utilizzo di metodologie «activity-based» che puntano al coinvolgimento dei partecipanti

- Didattica «smart» in *modalità blended*

- *Approccio esperienziale* vicino al mondo delle Grandi Aziende e delle PMI e con numerosi *case studies*

Destinatari:

Titolari – Marketing Manager – Responsabili commerciali – Digital Marketing Manager

5 Moduli Formativi



Modalità di svolgimento e orari

Il Training Manageriale è strutturato in 9 incontri in modalità **blended** (36 ore svolte in aula e 12 ore on-line) e 2 incontri di Tutorship copre 5 **Moduli Formativi** e prevede:

Sessioni aula (9.00/13.00 -14.00/18.00)

Sessioni on-line (14.00/18.00)

Tutorship (17.00/19.00)

Programma

Modulo 1

ABCDigital Marketing – Overview su metodologia e processi.

Durata: 2 ore

Data: 27 Ottobre (on line) 2021

Orario: 14.30 – 16.30

OBIETTIVI:

Come si colloca il digital marketing all'interno dell'impresa? Come impostare una metodologia condivisa di approccio ad una crescita aziendale sfruttando il digitale? Ci focalizzeremo nel capire dove quest'area si inserisce all'interno dei processi aziendali e come darsi un metodo circolare di crescita continua.

PIANO FORMATIVO:

Scoprire una metodologia fruibile nell'organizzare e far crescere un progetto digitale in azienda.

Come ascoltare e condividere degli obiettivi.

Raccolta e analisi dei dati.

Definizione della strategia.

Sviluppo ed esecuzione.

Come impostare un Monitoraggio e follow-up.

Modulo 2

DIGITAL MINDS & BODY – Creare la propria identità digitale.

Durata: 12 ore

Date: 3 e 17 Novembre

OBIETTIVI:

Per le Aziende che necessitano di conoscere meglio gli aspetti legati ad uno sviluppo della comunicazione digitale all'interno della propria attività, sapendo individuare le professionalità ad esso legate.

PIANO FORMATIVO:

Conoscere la propria struttura aziendale: marketing and sales. Quali le necessità della nostra impresa tra competenze interne ed outsourcing.

Fotografia dello stato dell'arte: quali competenze in campo e quali necessità. Abbiamo le skills necessarie per affrontare una nuova era digitale?

Elementi di web marketing: definizione di una professionalità tra competenze tecniche e di comunicazione.

L'area di azione: i principali scopi del marketing e del web marketing in ambito B2B

Le competenze di agenzia. Sappiamo cosa di cui abbiamo bisogno? Sappiamo chi può aiutarci a rispondere alle necessità in ambito di comunicazione digitale?

Gli strumenti di digital marketing fondamentali

Esercitazione:

Individuare un set di necessità e relative competenze in ipotesi sugli aspetti della comunicazione digitale e dell'innovazione tecnologica. Focus di gruppo.

Testimonianza: società del settore meccanico

Modulo 3

BE DIGITAL DO MARKETING - Professionalità e strumenti del digital marketing.

Durata: 20 ore

Date: 14 Dicembre 2021- 12 e 19 Gennaio (2022)

OBIETTIVI:

Scoprire quelle che sono le conoscenze più significative e imparare a comprendere il glossario del Digital Marketing. Attraverso le professionalità del digital marketing esplodiamo strumenti a disposizione dell'azienda per poter valorizzare la propria attività.

PIANO FORMATIVO:

- Il sito web:** le richieste più comuni di gestione del sito, dall'hosting ai contenuti, passando per il design
- I social network:** le specificità del social media manager. Cosa deve saper fare e perché.
- Lo storyteller:** saper raccontare la propria azienda e il proprio Brand. Come andare ad individuare i focus di comunicazione e come utilizzare la narrazione aziendale sui canali digitali.
- L'analista:** saper leggere i dati aziendali. Comprendere le fonti e riuscire a selezionare i dati utili per ottenere informazioni significative per le strategie aziendali.
- Graphic and web designer:** comprendere le esigenze della user experience sul web al fine di declinare le competenze grafiche sui supporti digitali.
- Il motore di ricerca:** tra azioni organiche ed azioni a pagamento, comprendere tutte le opportunità di Google per azioni di visibilità della propria azienda tra SEO e SEA.
- Il Developer:** dai software alle app passando per il sito web. Necessità aziendali per interloquire con una Agency di riferimento o con il proprio IT.
- E-commerce & Marketplace:** gestire un e-commerce per vendere online, quali le caratteristiche principali per coloro che devono far crescere la vendita online della propria azienda.

Esercitazione:

- **Project Work.** Ai partecipanti verrà dato un "pitch" per il raggiungimento di un obiettivo aziendale. I partecipanti dovranno capire le azioni richieste e configurare il team idoneo in termini di competenze per il raggiungimento di questo obiettivo.

Testimonianza: società del settore ceramico

Modulo 4

DIGITAL MARKETING & SALES: Inbound Marketing & Marketing Automation

Durata: 10 ore

Date: 2 e 9 Febbraio 2022

OBIETTIVI:

Come aiutare l'area sales in un circolo virtuoso a trovare nuove lead e successivamente coccolarle?

PIANO FORMATIVO FOCUS INBOUND MARKETING & MARKETING AUTOMATION:

Cos'è Inbound Marketing? Definizione di un processo Inbound.

Definizione dei vari Target: B2B E B2C.

Individuazione dei profili di alcune Buyer Personas all'interno del Target.

Mappatura in forma di simulazione dei possibili touch point online e offline che investono la nostra Personas.

individuazione di possibili contenuti e dinamiche di presentazione dei brand/servizi alla nostra Personas, sulla base

dei touch point. Fasi di un progetto di Comunicazione Digital volto al recruiting: strategia, mezzi e budget

Definire le variabili di segmentazione del Target principale.

Fasi di un progetto di Comunicazione Digital volto al recruiting: strategia, mezzi e budget

Definire le variabili di segmentazione del Target principale.

Gestione delle variabili di estrazione per attività di mail marketing e marketing automation.

Esercitazione:

Individuare le Buyer Personas al B2B (dealer/OEM).

Delineare mappe di touch point per ogni Target/Personas.

Testimonianza Marketing Automation: Hubspot

Modulo 5

SFRUTTARE IL DIGITAL SU HR: parliamo di Employer Branding

durata: 4 ore

Date: 23 Febbraio 2022

OBIETTIVI:

Dopo aver individuato le necessità aziendali e compreso il perimetro di attività sulla comunicazione digitale, avviare un progetto di selezione e recruiting idoneo alle persone richieste.

PIANO FORMATIVO FOCUS EMPLOYER BRANDING:

Cos'è l'Employer Branding? Perché attivare azioni di comunicazione digitale per l'HR? Un progetto dalle finalità congiunte in cui marketer/sales e Human resources lavorano di concerto per mettere in campo attività di crescita del know-how interno e di sviluppo formativo.

- Definizione di Employer Branding
- Perché attivare un progetto di Employer Branding e come farlo: Case History

Esercitazione:

- Analisi dei punti di forza aziendali: mission, valori e punti di forza. Ipotesi di attività per comprendere che tipo di soluzioni mettere in campo per agevolare una selezione del personale idonee alle caratteristiche necessarie delle risorse ricercate
- Project work a gruppi e successiva condivisione con debriefing

Testimonianza Employer Branding: LinkedIn

- Informazioni

Anna Balboni – anna.balboni@cis-formazione.it

Cristina Comastri -cristina.comastri@cis-formazione.it

Dante Landini - dante.landini@cis-formazione.it

Elena Sabattini - elena.sabattini@cis-formazione.it

Marco Manfredi – marco.manfredi@cis-formazione.it

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Cis Reggio Emilia – 0522-232911 – Alessandra Galliani

Tutti i percorsi Executive della Business Academy CIS possono essere finanziati tramite utilizzo di Fondi interprofessionali per la Formazione (tra i quali Fondimpresa – Fondirigenti)

CIS Scuola per la Gestione d'Impresa
Via Aristotele 109, 42122 Reggio Emilia
info@cis-formazione.it
0522.232911

Seguici su

