

MASTER PER **SEO E SEM SPECIALIST**



Figura Professionale Formata

Il S.E.O. specialist è un ottimizzatore.

Una persona che, grazie a conoscenze tecniche, esperienza, buona cultura generale e conoscenza del web, è in grado di creare o migliorare una pagina web curando ogni aspetto tecnico del codice per renderla in grado di incidere sulla valutazione degli algoritmi dei motori di ricerca i quali assegneranno un ranking, un punteggio, che assieme ad altri fattori "off page", contribuiranno a determinare il posizionamento della pagina sui motori di ricerca.



Accanto alle ottimizzazioni si collocano le campagne marketing che attraverso il S.E.M. il professionista mette in campo per dare ulteriore visibilità al proprio sito web.

Per chi ancora non conoscesse il significato dell'acronimo S.E.O. questo sta per Search Engine Optimization, quindi "Ottimizzazione per i Motori di Ricerca", mentre S.E.M. sta per "Search Engine Marketing, quindi per "Marketing per i Motori di Ricerca".

Un SEO / SEM specialist dunque dovrà avere tutte le conoscenze necessarie per gestire con cura l'aspetto editoriale complessivo integrato nel processo di creazione-ottimizzazione delle pagine web e di spingerlo sui motori di ricerca attraverso posizionamento naturale e attraverso tecniche a pagamento come l'Advertising.

Obiettivo

Obiettivo del Corso è di garantire ai partecipanti quelle competenze e conoscenze indispensabili per sviluppare e promuovere con successo siti web e portali al fine di renderli visibili sui motori di ricerca.

Programma didattico

- **Il SEO, il web 2.0 ed il web 3.0** (principi e dinamiche dei motori di ricerca: come “pensano” e come “agiscono”; Seo checklist: le verifiche per valutare il livello di visibilità di un sito; Tagging e indicizzazione delle pagine HTML)
- **Come organizzare un piano Seo efficace**
- **Principali tecniche di posizionamento on-site** (black hat seo e white hat seo)
- **Principi di seo copywriting e metodi di schedulazione**
- **Strumenti a supporto di un'attività Seo costante:** tool gratuiti (webmaster tools, Analytics e molto altro), a pagamento e strumenti custom
- **I fondamenti della web analysis** (I fondamenti della web analysis; Segmentare il traffico e creazione dei segmenti personalizzati; Monitoraggio multi dominio/multi sito; Creare un report personalizzato, come e perché; Tracciare un funnel; Integrazione tra Google Analytics e Web master tools; Monitorare la ricerca interna del sito; Le landing page; Tracciare la multicanalità; Come agevolare il ritorno di utenti e la loro fidelizzazione)
- **Introduzione alla User Experience e all'usabilità** (Siti web statici o Dinamici?; Perché è importante progettare un sito usabile; I contenuti del sito come scelta strategica; Importanza del linguaggio ed organizzazione del contenuto; Modalità di lettura delle pagine web, principi di eyetracking; Le form di inserimento dati e la fuga degli utenti; Verifica della compatibilità con browser, configurazioni, risoluzioni video, piattaforme, etc..; architettura informatica customizzata e web incentrato su cliente ed utente; cenni di HTML e XML; Piattaforme web e CMS)
- **Il SEM:** introduzione all'Online Advertising e al Search Marketing passando per la Lead Generation
- **SEM:** nuove frontiere “Guerrilla Marketing” e “Viral Marketing”
- **Newsletter efficaci e Direct Email Marketing**

Programma didattico

- Come creare una campagna AdWords efficace
- **Tecniche di ottimizzazione avanzate:** come ottenere il massimo profitto in base agli obiettivi di marketing (Traffico, Conversioni, Vendite, Branding)
- Come misurare e ottimizzare i risultati: il Tracking delle Conversioni attraverso AdWords Tracking Tool e Google Analytics
- Come realizzare uno Split Test: Cosa sono, a cosa servono e soprattutto perché sono così importanti per ottimizzare ogni singolo centesimo investito in AdWords
- I social network ed il social media marketing (I canali di condivisione, quali e come scegliere quelli giusti rispetto alle proprie esigenze di mercato: community, blog, social network, mobile; La creazione di una relazione tra azienda e clienti: come ascoltare, recepire e gestire i feedback, come coinvolgere attivamente gli utenti sulle attività, progetti, offerte dell'azienda, come fidelizzare i clienti con eventi e servizi mirati; Misurare la reputation online; Case studies: le azioni vincenti e quelle da evitare, esempi di successo e non)
- Business Plan e Controllo di Gestione di un sito web (valutazione globale del business ed individuazione dei costi di gestione e start up)

RI BUSINESS

PAGE RANK

optimization



YAHOO!

Google

SEO





Scheda Sintetica

SEO E SEM SPECIALIST

Sede di Svolgimento	Roma
Data	Dal 16 al 21 settembre 2013
Durata	48 ore in full immersion + project work finale + possibilità di stage
Prove di Selezione	Test motivazionale e psico-attitudinale
Certificazioni Finali	Attestato di frequenza al master Attestato di project work finale
Materiale fornito	Materiale didattico
Agevolazioni	Finanziamento della quota di iscrizione Divulgazione dei curricula dei nostri allievi presso tutte le aziende del settore