

_ SEO LABORATORIO _

CORSO WEB MARKETING

Web marketing days
due giornate illuminate con lo scopo di
Giocare e creare RITORNO (Roi)

ROMA
20-21 Maggio
Hotel Globus
Viale Ippocrate 119

MERCOLEDÌ
**WEB MARKETING
ILLUMINATO**
h: 9.00 - 18.00

GIOVEDÌ
PLAY WITH ROI
h: 9.00 - 18.00

MILANO
27-28 Maggio
Hotel Galles
Piazza Lima 2

DAY 1

SEOLABoratorio – Web Marketing ILLUMINATO

Lo SHOW SCIENTIFICO fatto dagli evangelisti del web marketing.

Le storie e le parabole che ti aiuteranno a capire il web marketing con efficacia.

Indirizzato a Direttori Marketing, Imprenditori, Sistemisti, Programmatori, Esperti SEO avanzati, a chi è orientato alla gestione delle problematiche tecniche del posizionamento sui motori di ricerca

1. Un giorno ho creato un forum

From zero to hero: quando uscire dalla logica numerica degli accessi apre le porte di una miniera d'oro dove la quantità si trasforma in enorme qualità.

Relatori ospiti: Giogiotave e Alessandro Sportelli (Forum GT)

2. Storia della morte di un comunicato stampa finito nel cestino

A. Scopriamo il vero ruolo dei siti di comunicati stampa in Italia.

B. Quando ci conviene sfruttare i comunicati stampa ai fini SEO, e come farlo (la frequenza corretta di invio, i siti affidabili, la struttura semantica del comunicato)

C. Una guida step by step sul passaggio dalla comunicazione tradizionale verso quella 2.0.

Relatore: Giuseppe Tempio (Direttore Tecnico Seolab e ideatore TorinoSpy)

3. Il Giallo SEO – 8 ore della vita di uno spammer

Dal black hat di una spy-story escono sogni, menzogne, wordpress e plugin

Relatore: Giuseppe Tempio (Direttore Tecnico Seolab e ideatore TorinoSpy)

4. Beautiful mind – il linguista che è diventato un Seo

Trovare solo i link giusti. Quelli che ti portano nelle prime pagine di Google.

Relatore: Michal Gawel (Direttore Marketing Seolab)

5. The Stanford Story – un'ora nel cuore di Google

A. Gli algoritmi dei motori di ricerca pubblicati dalle università di Stanford,

B. Cosa hanno scoperto i gruppi di ricerca semantica di France Telecom?

C. Dove finisce il tuo sito quando scompare dalla prima pagina di Google? come puoi recuperarlo?

D. come e quali scelte scientifiche prendere per aumentare esponenzialmente il tuo ROI.

Relatore: Michal Gawel (Direttore Marketing Seolab)

6. Come la fenice dalle ceneri – la parabola sulla rinascita dei siti duplicati

A. Il gatto che è diventato una tigre - come il brand può rendere unici i tuoi contenuti

B. Il camaleonte – come mimetizzarsi per sfuggire al filtro di anti-duplicazione.

C. Il lupo della steppa – case study di un sito che ha superato tutti i filtri di Google

Relatore: Michal Gawel (Direttore Marketing Seolab)

SEO LABORATORIO

CORSO WEB MARKETING

DAY 2

SEOLABoratorio – Play with ROI

La giornata dedicata a farti guadagnare, facendo guadagnare e divertire gli altri. Indirizzato a Responsabili e Direttori Marketing, Responsabili Commerciali del mercato ADV, Imprenditori, a chi si occupa di pubbliche relazioni, marketing e attività di web marketing a livello avanzato

1. Facebook Marketing

A. Fenomeno Facebook: tutti ne parlano, molti lo usano, pochi lo capiscono (dati Italia e target socio-demografico)

B. Facebook Ads: scopriamo insieme se e come la pubblicità sui profili (e sulle altre pagine) funziona...

C. Profili, gruppi e pagine: quale lo strumento giusto per le tue necessità? conviene usare un approccio ufficiale (brand!) o anonima (privacy!)?

Relatore: Luca Russo (Amministratore Delegato Seolab)

2. Facebook: uno, nessuno, centomila

A. Una community di successo e il dilemma: gruppo, pagina o profilo? 3 modi di comunicare efficaci ma distinti: differenze, similitudini, vantaggi e svantaggi.

B. Il dolce mix - assumendo la macedonia come emblema dell'eterogeneità del target vedremo di capire come selezionare il nostro target all'interno di facebook e come raggiungere il cuore dei top-spender sul web

C. La battaglia dei cuscini – Componenti: cuscini – mani-evento su Facebook. Raccogliere la partecipazione degli utenti attraverso degli eventi organizzati e sponsorizzati. Cuscini obbligatori!

Relatore: Tin Hang Liu (Community Manager Seolab)

3. Action Play Widget

Cliccando, invitando, e diffondendo insieme capiamo il vero valore dei widget su Facebook: Send a Gift, Send your Brand!

La finestra sul cortile (workflow) - Con 5 click creeremo un widget su Netvibes semplice da utilizzare studiato per i proprietari di business locali che vorrebbero usare facebook in maniera avanzata per attrarre target localizzato

Relatore: Tin Hang Liu (Community Manager Seolab)

4a. Tante news senza fatica – come aggiornare la tua pagina senza accendere il computer

Rockol (case study) - La catena di pubblicazione automatica delle news di un portale editoriale che ha come anelli friendfeed, twitter e facebook

Relatore: Giampiero Di Carlo (Fondatore Rockol) - Milano

4b. Verba volant, Email manent

Email Marketing (case study) - Quando la profilazione del database è l'elemento di distinzione del servizio

Relatore: Andrea Staderini (Amministratore Delegato CapitalClick) - Roma

5. La Battaglia del ROI

Qual è il reale rendimento dei tuoi canali, e quanto credi che rendano? Imposta una volta per tutte un efficace sistema di tracking!

A. Cartella contenuti – una delle più utili e meno usate

B. Pagine viste virtuali – trasforma Analytics in un potente strumento di action-tracking

C. Monitoraggio delle Conversioni su Adwords – Impara a conoscere i tuoi Lead

D. Adwords & Analytics – come salvare un matrimonio in casa Google

Relatore: Marta Favro (Web Advertising Manager Seolab)

6. Vizi e Virtù del Web Advertising

A. Banner & Rich media (formati e caratteristiche) - Google Gadget Ads & Video Ads

B. Keyword Advertising (formati, circuiti e forma di pagamento) - Punteggio di qualità (CTR, annunci semantici, landing page) - Google Maps Ads

C. Click Fraud (natura e ampiezza del fenomeno) - Software per quantificarlo - Modi per difendersi

Relatore: Marta Favro (Web Advertising Manager Seolab)

_ SEO LABORATORIO _

CORSO WEB MARKETING

EARLY BOOKING!

Il prezzo salirà costantemente man mano che la data dei corsi si avvicina e gli iscritti aumentano, fino ad arrivare alla quota standard!

Rimani aggiornato sul nostro pricing variabile visitando

<http://corsoseo.seolab.it/prenotazioni.php>

Quote partecipative

Giornata singola		Due giornate	
Quota iscrizione valida al 3 Aprile 2009	QUOTA STANDARD	Quota iscrizione valida al 3 Aprile 2009	QUOTA STANDARD
360 Euro +Iva	480 Euro +Iva	690 Euro +Iva	890 Euro +Iva

Sono inoltre previsti sconti per i gruppi formati da più partecipanti: contattaci per scoprire di quanto scenderà la vostra quota di adesione!

La quota di iscrizione comprende: materiale didattico, attestato di frequenza, colazione di lavoro e coffee break

SEOLAB Srl

Corso Massimo D'Azeglio, 112 - 10126 TORINO

Tel. 011.69.96.209 / 011.69.96.200 - Fax 011.79.20.025 - www.corsoseo.seolab.it

sara.maiocco@seolab.it - info@seolab.it