

Web Optimization Lab

1^a Giornata

Ore 9.30 Website optimization

- Introduzione alla Web analytics
- Il ciclo di vita del cliente online: reach, acquisition, conversion, retention
- I principali modelli di business per un sito web: e-commerce, lead generation, media-content, customer service
- Cosa misurare e perché: metriche e KPI per fase del ciclo di vita e modello di business

Ore 10.30 Web Design optimization

- Cosa cercano i visitatori online
- Come misurare e ottimizzare i percorsi di navigazione online
- Esempi e applicazioni per e-commerce, lead generation, media-content e customer service
- Come usare i sw di web analytics per ottimizzare il Web design -Google Analytics

Ore 11.15 Coffee Break

Ore 11.30 Email marketing optimization

- Open, bounce, delivery e click-through rate
- Le altre metriche per l'email marketing
- Gli strumenti per email marketing, email tracking & analytics
- I test per ottimizzazione: A/B Split testing e test multivariato

Ore 14.30 SEO Optimization

- Ottimizzare il posizionamento per i motori: i fondamentali
- Ottimizzare la profittabilità per canale e per keyphrase
- Misurare e ottimizzare il natural link building
- Gli strumenti per monitorare e ottimizzare un progetto SEO

Ore 16. 15 Coffee Break

Ore 16.30 Ottimizzare una campagna Pay per click

- Le metriche da misurare per una campagna PPC: CTR, CR, ROI
- Il sistema di reporting e conversione di Google AdWords

2^a Giornata

Ore 9.30 Web Design Optimization - Esercitazione

- I partecipanti, divisi in gruppi, dovranno analizzare il percorso di conversione online associato ad alcuni siti web di riferimento
- Dovranno identificare le metriche e i KPI e identificare le azioni di miglioramento

Ore 11.15 Coffee Break

Ore 11.30 Email Marketing Optimization – Esercitazione

- I partecipanti, divisi in gruppi, dovranno analizzare le metriche relative all'invio di una newsletter;
- Dovranno inoltre evidenziare gli elementi di miglioramento
- Sessione congiunta: analisi e discussione degli elaborati prodotti

Ore 13.00 Pranzo

Ore 14.30 SEO Optimization – Esercitazione

- I partecipanti dovranno analizzare l'efficacia di una campagna SEO (per keyword, canale, motore di ricerca)
- I partecipanti dovranno scrivere un piano di ottimizzazione SEO utilizzando le info fornite dal sistema di Web analytics
- Sessione congiunta: analisi e discussione degli elaborati prodotti

Ore 16.00 Coffee Break

Ore 16.15 PPC Campaign Optimization - Esercitazione

- I partecipanti dovranno analizzare l'efficacia di una campagna Pay per click (keyword, Ad Group e Ad Link, Search e content network)
- I partecipanti dovranno scrivere un piano di ottimizzazione SEO utilizzando le info fornite dal sistema di Web analytics
- Sessione congiunta: analisi e discussione degli elaborati prodotti

Ore 17.30 Chiusura delle attività

- Lezioni apprese: domande e risposte
- Testi e tool consigliati