

New

Strategie SEA, display, social ads, retargeting: advertising online e sui social

Rinforzare la propria visibilità e attirare nuovi clienti

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.95

Fare pubblicità online e sui social network è ormai indispensabile per accrescere la notorietà e generare nuovi clienti. Per ottenere risultati concreti è tuttavia fondamentale **distribuire correttamente le risorse tra i diversi canali** e organizzare in modo efficace le campagne pubblicitarie.

Questa formazione dedicata a SEA (Search Engine Advertising) e SMA (Social Media Advertising) aiuta a ottimizzare l'uso del budget pubblicitario tra campagne display, social ads e retargeting, fornendo **metodi e strumenti operativi**.

A chi è rivolto

Responsabili Marketing e Comunicazione digitale

Programma

L'ecosistema della pubblicità digitale

- Comprendere i diversi concetti: SEM, SEA, SEO, SMA, SMO - definizioni, differenze e complementarità
- Scegliere la piattaforma più adatta al proprio target di pubblico
- Analizzare evoluzioni e tendenze del mercato pubblicitario online
- Valutare le implicazioni del GDPR sulla pubblicità digitale e sulla gestione dei dati

Impostare il tracciamento (tagging) per conversioni e retargeting

- Comprendere il ruolo del tagging nell'ottimizzazione delle campagne Google Ads e Social Ads nell'era dell'IA e del machine learning
- Identificare gli elementi del sito da monitorare e convertire in obiettivi di marketing
- Scoprire pixel e tag di conversione delle principali piattaforme pubblicitarie
- Collegare correttamente il sito a Google Ads e alle piattaforme Social Ads per il tracciamento delle performance

Gestire con successo le campagne SEA di acquisizione (Google Ads)

- Definire e ripartire il budget pubblicitario in una strategia multicanale
- Strutturare e ottimizzare il proprio account Google Ads

- Creare campagne efficaci:
 - Google Search (ricerca)
 - Google Display
 - YouTube Ads (TrueView InStream, In-feed, Bumper)
 - Performance Max / Shopping
- Analizzare e migliorare i risultati in base agli obiettivi di acquisizione

Pubblicità sui social network

- Comprendere posizionamenti, pubblici, formati e strategie per le principali piattaforme:
 - Meta Ads (Facebook, Instagram via Business Manager)
 - X Ads (ex Twitter)
 - LinkedIn Ads
 - TikTok Ads
- Scegliere la piattaforma e il formato più coerente con il target e gli obiettivi di comunicazione

Misurare la performance delle campagne

- Identificare i criteri di valutazione di un piano pubblicitario efficace
- Comprendere e utilizzare i principali indicatori statistici
- Calcolare il ROI (Return on Investment) delle campagne
- Analizzare le performance per canale e per obiettivo (awareness, engagement, conversione, fidelizzazione)



Obiettivi del corso

- Preparare, gestire e misurare campagne pubblicitarie sul Web e sui social network
- Saper distribuire efficacemente il budget tra i diversi canali (SEA, Display, Social Ads, Retargeting)
- Migliorare la visibilità online e la generazione di nuovi clienti attraverso strategie di advertising integrate



Esercitazioni

Approccio pedagogico

- Analisi delle esigenze individuali
- Alternanza di lezioni plenarie, lavori in sottogruppo e attività individuali
- Studio di casi reali e applicazioni pratiche
- Elaborazione di un **piano operativo personalizzato** da implementare in azienda



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 9 feb al 12 feb

- dal 9 feb al 9 feb
- dal 12 feb al 12 feb

dal 14 set al 17 set

- dal 14 set al 14 set
- dal 17 set al 17 set

Milano

dal 14 mag al 15 mag

dal 12 nov al 13 nov