

Digital Marketing per la ristorazione

INIZIO CORSO: lunedì 19 giugno 2017

DURATA: 8 ore

ORARIO LEZIONI: Dalle ore 9.00 alle ore 13.00

SEDE: Centro Formazione Esac

Via Piazzon, 40 - Creazzo (VI)

PREZZO: 46,36 € (38,00 € + IVA)

FINANZIATO**

INGREDIENTI DI
DIGITAL MARKETING
PER LA RISTORAZIONE



Panoramica corso:

Qual è la pagina più visualizzata nel sito web di un Ristorante? Come allineare la comunicazione di un ristorante offline e online per ottimizzare fatturato e migliorare i profitti?

Quali tools digitali e quali piattaforme sociali scegliere e come usarle? Recensioni: croce o delizia dei ristoratori? Tecnologia e Innovazione digitale possono e devono mettersi al servizio delle strategie di crescita della ristorazione italiana.

Il corso presenta facili linee guida, esempi concreti e casi di studio su come progettare la comunicazione web, allinearla alla tua brand identity, vendere meglio i tuoi piatti, ottimizzare costi e profitti, restare memorabile e favorire il passaparola, anche online.

Nicoletta Polliotto

Docente di web e social media marketing a IHMA - International Management Academy ed a LUISS Business School, speaker in numerosi interventi dedicati al digital marketing (BTO, BIT, SMAU, BTM, TTG), Responsabile scientifico della sessione Digital Food di Be-Wizard a Rimini e dell'evento Cibiamoci festival di Pistoia

Calendario corso: Lunedì 19 e 26 giugno 2017

Obiettivi del corso:

Il corso ha l'obiettivo di trasmettere nozioni e consigli pratici per rendere efficace la comunicazione sul web e accrescere il proprio business.

Argomenti trattati:

I Parte:

Strumenti + Strategie= Progetto

- Situazione comunicazione e promozione online
- Opportunità digitali per Food e ristorazione
- Abitudini di ricerca, comunicazione, acquisto dell'utente (mondo-Italia)
- Teoria dei Micro-momenti di Google e Come sfruttare il Touchpoint marketing per sviluppare Food business
- Approcci e metodo per un buon piano comunicativo e marketing online

II Parte:

Website e altri leading Tools

- Dal progetto alla scelta degli strumenti
- Sito web leading tool: come progettarlo
- Sito web: buone pratiche
- Sito web: casi di studio e analisi website
- Sito web e content marketing
- Contenuti testuali tra SEO e comunicazione agli utenti
- Visual Content e uso delle fotografie
- Visual content: la rivoluzione dei video in cucina
- Menù online e offline: principale strumento di vendita

III Parte:

So-Lo-Mo: Social Local Mobile Marketing

- Local Search come funziona e come sfruttarla per il ristorante
- Social Media: quali piattaforme usare (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube)
- Social Media: trucchi e suggerimenti
- Social Media: casi di studio (uno per tipologia di piattaforma)
- Social Media: Instagram e la diffusione del #Foodporn
- Social Media: il segreto della viralità; le formule del successo sui social
- Social Media: personal e corporate branding (come raccontare lo chef e il ristorante senza entrare in conflitto).

IV Parte:

Vendere online: idee e spunti

- FoodTography e l'arte di vendere di più facendo fotografare i piatti al ristorante
- Campagne virali sui social caso di studio di #TheDress
- blogging
- eCommerce
- Restaurant Ordering Online
- Food Delivery Ordering
- Food Tourism

V Parte:

Micro-influencer e UGC Content

- Influencer e Micro-influencer: istruzioni per l'uso
- UGC e recensioni come sfruttarle strategicamente a nostro vantaggio
- Tripadvisor Croce e delizia del ristoratore: lo ZEN e l'arte di rispondere alle recensioni

