



Elenco corsi

Marketing

Intelligenza Artificiale per le vendite

Il corso si articola in quattro moduli dedicati all'applicazione dell'intelligenza artificiale (IA) nelle vendite, con l'obiettivo di ottimizzare ogni fase del processo di vendita attraverso tecnologie avanzate. Modulo 1: Introduzione all'IA nelle vendite, con focus sull'automazione delle attività ripetitive e la gestione dei lead tramite CRM intelligenti. Si esplorano anche esempi pratici di aziende che [...]

<https://www.insi.it/product/intelligenza-artificiale-per-le-vendite/>

Intelligenza Artificiale per il Marketing

Il corso fornisce una panoramica approfondita sull'uso dell'Intelligenza Artificiale (IA) nel marketing, articolato in cinque moduli pratici da 8 ore ciascuno. Il Modulo 1 si concentra sull'introduzione dell'IA nel marketing digitale, esplorando la sua applicazione nell'automazione dei processi, nell'analisi dei dati e nella personalizzazione dei contenuti, con esercizi pratici su come creare campagne pubblicitarie automatizzate [...]

<https://www.insi.it/product/intelligenza-artificiale-per-il-marketing/>

Tecniche di marketing inclusivo

<https://www.insi.it/product/tecniche-marketing-inclusivo/>

Green marketing e diffusione dei risultati

<https://www.insi.it/product/green-marketing/>

Comunicazione sociale e marketing etico

definizione della mission e vision aziendale, della value proposition estesa; elaborazione del

pitch aziendale n

<https://www.insi.it/product/comunicazione-sociale-e-marketing-etico/>

CRM 4.0 e sicurezza dei dati

Il corso di CRM 4.0 analizza la complessità che deriva dalla gestione dei Big Data, che porta l'azienda a dover ricercare sempre nuovi strumenti per analizzare e gestire i Big Data, organizzandoli per migliorare la relazione con il cliente. Il corso aiuterà i partecipanti a pianificare strategie marketing per target molto specifici e rinnovare continuamente [...]

<https://www.insi.it/product/crm-4-0-e-sicurezza-dei-dati/>

Data Driven Marketing

Il corso di data driven marketing si propone di spiegare ai partecipanti come utilizzare la data science per supportare strategie, tecniche e obiettivi di marketing, evitando sprechi di investimento e di tempo.

<https://www.insi.it/product/data-driven-marketing/>

Disciplina del commercio elettronico (D.Lgs 70/03)

Con il decreto legislativo n. 70 del 9 aprile 2003, emanato sulla base della delega contenuta nella legge comunitaria 2001, l'Italia ha dato finalmente attuazione alla direttiva 2000/31/CE dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno.

<https://www.insi.it/product/disciplina-del-commercio-elettronico-d-lgs-70-03/>

Inbound Marketing & Lead Generation

Adottare una strategia di Inbound Marketing significa saper proporre ad un preciso e limitato target dei contenuti di suo interesse, nel giusto momento, nel giusto posto (canale) al fine di attrarlo in un funnel e poi convertirlo in nuovi clienti. La Lead Generation è una fase del processo dell'Inbound Marketing. Si tratta di un modello [...]

<https://www.insi.it/product/inbound-marketing-lead-generation/>

Marketing internazionale

Il corso di Marketing internazionale si propone di evidenziare i cambiamenti recentemente avvenuti e quelli ancora in atto nello scenario competitivo internazionale. Si sottolinea la crescente necessità per le imprese di sviluppare efficaci strategie di marketing nel contesto globale, l'importanza e la ricchezza delle differenze culturali, sociali ed economiche e come influenzano i processi decisionali, [...]

<https://www.insi.it/product/marketing-internazionale/>

Marketing operativo

A valle di una fase strategica e di pianificazione, la fase di Marketing operativo ha il compito di tradurre le strategie in azioni concrete volte a massimizzare gli obiettivi di business e rendere efficace il posizionamento di un'azienda rispetto alla concorrenza. Il Marketing Operativo tratta le 4 P del Marketing Mix e il piano di [...]

<https://www.insi.it/product/marketing-operativo/>

Marketing strategico

Il marketing strategico si assicura che ogni singola azione del tuo piano marketing (online e offline) sia allineato con il tuo business plan e che ogni audience abbia esattamente le informazioni che sta cercando. La chiave per un marketing strategico efficace è sviluppare un piano marketing onnicomprensivo, che permetta ad ognuno nella tua azienda di [...]

<https://www.insi.it/product/marketing-strategico/>

Neuromarketing

Il neuromarketing sfrutta le conoscenze e le metodologie della psicologia e delle neuroscienze per individuare forme di comunicazione efficaci al fine di influenzare le scelte del consumatore. Fonda le proprie radici su modelli generali di funzionamento della mente, che riconoscono l'importanza delle emozioni e dei bias nella presa di decisione.

<https://www.insi.it/product/neuromarketing/>

Web Copywriting

Il corso fornisce le caratteristiche su come impostare una strategia di comunicazione e promozione aziendale attraverso gli strumenti di marketing e advertising messi a disposizione da Facebook per comunicare, promuovere e vendere sui social network. Fa acquisire ai partecipanti le competenze indispensabili per progettare un efficace posizionamento aziendale e gestire campagne pubblicitarie sui social network.

<https://www.insi.it/product/web-copywriting/>

Web Marketing

Il web marketing è un insieme di strumenti applicati ad una strategia per far crescere gli obiettivi di business di un'azienda, primo fra tutti la vendita dei propri prodotti e/o servizi. Tramite le tecniche di web marketing, è possibile individuare su quali canali investire tempo e risorse, capire quali sono le campagne di comunicazione da [...]

<https://www.insi.it/product/web-marketing/>
