



## H2H WEB MARKETING: INTEGRARE LE LOGICHE UMANE ALLE LOGICHE DEGLI ALGORITMI/1

Proposta Formativa Voucher Prot. 483 approvata e finanziata da Fondartigianato con atto n. 5506 del 14/04/2022



### Obiettivi

Lo Human to Human marketing considera in primis le persone e le loro reazioni e relazioni. E' sempre più importante recuperare la componente umana.

Negli ultimi anni, le strategie di marketing, sia online sia offline, sia B2B (Business to Business) che B2C (Business to Consumer) hanno "deumanizzato" i processi di acquisto e di vendita, confidando completamente (o quasi) sull'intelligenza artificiale e sugli algoritmi, producendo grandi numeri in visibilità a dispetto di pochi numeri in conversioni - "tanta spesa, poca resa". Il nuovo modello H2H marketing corregge questa deviazione riportando al centro i processi psicologici di decisione. Il modo migliore per distinguersi nel mercato è quindi proporre alle persone un contenuto costruito non solo per la visibilità, ma soprattutto per l'efficacia.

### Argomenti

- Human To Human MARKETING: l'approccio al web marketing fondato sul valore della componente umana
- L'importanza della componente umana: come recuperarla
- L'analisi interna, del mercato e del cliente, ponendo il cliente al centro
- Gli effetti del web marketing sul cliente target: i principi neurobiologici di condizionamento; i principi psicologici di valutazione e scelta; i principi sociali di valorizzazione del brand

**DURATA TOTALE:**  
30 ore

**NUMERO PARTECIPANTI:**  
7

**CALENDARIO:**  
dal: 07/03/2023  
al : 13/04/2023

**TERMINE ISCRIZIONI:**  
13/02/2023

**SEDE DI SVOLGIMENTO:**  
PIACENZA

**REFERENTE DEL CORSO:**  
Luciano La Penna  
luciano.lapenna@formart.it  
346.6800415

**QUOTA DI PARTECIPAZIONE:**  
Finanziato

- La diffusione vs conversione: le regole umane nella costruzione di un post
- La costruzione del copy secondo le logiche degli algoritmi e le logiche umane
- I principi psicologici nella costruzione di un funnell
- Gli interessi dei clienti su cui fare marketing: i benefici, i risultati, le situazioni e le identità
- L'identità del brand e l'identità della community
- Gli obiettivi sequenziali di web marketing
- Gli obiettivi sequenziali per costruire una community

Il corso sarà realizzato solo al raggiungimento del numero minimo di iscritti.  
Le date potrebbero subire variazioni.

### **Destinatari**

Lavoratori dipendenti (compresi gli apprendisti) di aziende che aderiscono o intendono aderire a Fondartigianato.

### **Calendario**

Dal 7/03 al 13/04, il martedì e il giovedì con orario 17.30 - 19.30

n. 24 ore di formazione in aula e n. 6 ore di project work.

### **Docenti**

Ivo Bianconi

Formatore e consulente, ha lavorato otto anni nel settore del disagio psichico, otto anni nel settore aziendale, ha ottenuto tre lauree ed è in corsa per la quarta in Psicobiologia e Neuroscienze cognitive all'Università di Parma. Dal 2018 al 2021 è stato responsabile della scuola di formazione di Volt Italia; Dal 2021 è formatore attivista per Road to 50% per potenziare le capacità comunicative della leadership femminile; nel 2019 è stato citato dalla Alise Editore sul tema della comunicazione etica e manipolativa; nel 2021 è stato intervistato nella rivista semestrale Equilibri (Mulino Editore) sul tema comunicazione intergenerazionale; nello stesso anno viene intervistato anche da D di Repubblica sul tema dei Bias cognitivi.



FORMart sede di PIACENZA, via Gaetano Modonesi, 14 29122 Piacenza

**T. 0523-606613** - info.piacenza@formart.it - www.formart.it



Cercaci su

