



Formazione

ADEI

Seo e sem per l'editoria



ORE PREVISTE:

4 ore complessive, in moduli da 2 ore l'uno dalle 17 alle 19

lunedì 16 e giovedì 19 gennaio 2023

PROGRAMMA

Il corso mira ad accompagnare i partecipanti nella costruzione di una strategia integrata basata sulla SEO, l'ottimizzazione dei contenuti per i motori di ricerca e per gli utenti. Introdurrà il concetto chiave con dati ed esempi concreti di navigazione in rete, illustrando quanto siano importanti nel nostro presente le ricerche web. Il corso tratterà le principali componenti di un testo ottimizzato in ottica SEO per fornire un metodo di lavoro e di ragionamento. Affronteremo anche alcune forme di SEA (Search Engine Advertising) e suggeriremo strumenti e piattaforme utili per la produzione e la gestione di contenuti web.

SEO: INTRODUZIONE

- Che cosa significa "SEO" (Search Engine Optimization): introduzione a un'arte fondamentale per chi lavora sul web
- Perché la SEO è importante, quali sono i suoi obiettivi e come si integra con la SEM (Search Engine Marketing)

COME DIALOGARE CON I MOTORI DI RICERCA

- Quali sono i contenuti premiati dai motori di ricerca
- Come funzionano i motori di ricerca (focus su Google e YouTube)

SEO: STRATEGIA

- Le fasi della strategia EO: scelta delle parole chiave - produzione editoriale - analisi delle performance e ottimizzazione
- Gli strumenti per la SEO: SEO Zoom, le funzionalità dei CMS (Content Management System), Google Search Console

SCRIVERE IN OTTICA SEO

- Progettare testi per il web: come scrivere contenuti editoriali in ottica SEO
- Fare SEO su Wordpress: scrittura dei testi e utilizzo del plugin Yoast SEO

RELATRICE

Claudia Consoli: catanese, classe 1988, si trasferisce a Milano per studiare editoria. Dopo la laurea in Cultura e storia del sistema editoriale e il Master in Professione editoria cartacea e digitale dell'Università Cattolica, intraprende un percorso incentrato sul digitale. Lavora prima in società di consulenza come Content Marketing Manager e poi approda in Mondadori dove si è occupata di digital marketing e content strategy. Oggi è Digital & CSR Manager in una grande azienda del settore food e continua a occuparsi trasversalmente di libri e media, anche come docente del Master *Booktelling. Comunicare e vendere contenuti editoriali*. Dal 2009 è redattrice di *CriticaLetteraria*, e nel 2014 ha pubblicato per Editrice Bibliografica *Quando i libri vanno in rete*.