



1- Il Briefing.

Partendo da un ipotetico cliente reale o di finzione, definire le linee guida del brief con l'obiettivo di stabilire una strategia di comunicazione e marketing volta alla crescita aziendale. (Allegato 1)

2- Dal Brief alla strategia.

A seguito del brief definire uno o più **l'ambit strategici** (SEO - SEM - SMO - SMM), per il quale si prevede un'azione comunicativa, spiegandone compiutamente le motivazioni.

3- Del medesimo Cliente, effettuare l'**analisi preliminare** delle keyword con l'obiettivo di definirne, se presenti, le keyword target.

4- Analisi SEO

Analisi specifica delle keyword target. (allegato 2)

5- Creare una pagina a piacere "**chi siamo**"

<http://wm2.roizone.it/wp-admin/>

user: **admin**

password: **Temp373!**

wrm2.roizone.it

BRIFING

Ragione sociale:

Categoria merceologica:

Prodotti e servizi core business:

Prodotti e servizi accessori:

Geo-localizzazione d'intervento:

Target principale:

Target differenziati ? :

Obiettivi / Mission:

Tipologia di relazione aziendale: B2C - B2B - B2G

