Programma del corso

Aumenta la tua esperienza di marketing analytics grazie a 4 moduli settimanali di questo programma online interattivo ed esperenziale.

WEEK 1	• Benvenuti al Vostro Campus Online
WEEK 2	**Introduzione al Marketing Analytics** • Il nuovo *customer decision journey*: impatto sul futuro del marketing e della misurazione delle performance • Definizioni base: Metrics vs Analytics • Il potere delle *customer metrics* • Importanza degli obiettivi di misurazione della performance • Sviluppare un set di metriche
WEEK 3	**Comprendere gli Analytics per migliori decisioni strategiche** • Cosa sono gli *analytics* • Competere con gli *analytics* • Analisi di regressione • Adottare un *mindset* analitico
WEEK 4	**Advertising Analytics 2.0 e introduzione ai *predictive analytics*** • Advertising Analytics 2.0 • Web metrics e analytics • Introduzione ai *predictive analytics*
WEEK 5	**Multichannel attribution e *data compliance*** • Metriche offline e online: come necessitano di essere integrate per guidare la performance di marketing globale • Sviluppare un approccio di *multichannel attribution* • Analytics, sicurezza dei dati e *compliance*

Gli incontri sincroni si terranno ogni mercoledì alle 18-20 CET.

Il programma del corso potrebbe cambiare in base al mix della classe, alla provenienza, e ai bisogni di formazione dei partecipanti all'inizio del programma.