

# A.I. per il Digital Marketing B2B: come posizionare il brand e i prodotti nel mercato digitale globale, dalla promozione online alla vendita

7 luglio

## A.I. per il Digital Marketing B2B: come posizionare il brand e i prodotti nel mercato digitale globale, dalla promozione online alla vendita

7 luglio (online)

Nel panorama internazionale attuale, il successo commerciale non dipende più soltanto dalla qualità del prodotto o dalla forza della rete vendita tradizionale: le aziende che crescono con continuità sono quelle che riescono a costruire una presenza digitale globale, riconoscibile, autorevole e capace di generare opportunità commerciali in mercati lontani. Oggi, il Global Digital Marketing B2B è la leva principale per posizionarsi davanti a buyer, distributori, retailer e partner in Paesi in cui sarebbe impossibile arrivare con i metodi classici.

Il vero problema per le PMI non è capire se serva una **strategia digitale**, ma **come costruirla una che funzioni davvero**, evitando dispersione di tempo e budget. La complessità del marketing internazionale — **lingue diverse, culture differenti, canali digitali eterogenei, concorrenza globale** — rischia spesso di confondere le imprese e di portarle a realizzare attività scollegate e prive di impatto. Senza una guida chiara, molte aziende si trovano infatti a pubblicare **contenuti che non convertono**, gestire canali social **senza risultati**, partecipare a fiere **senza follow-up**, o dipendere da agenzie esterne **senza avere controllo strategico**.

Questo corso nasce per offrire esattamente questo: una **strategia operativa completa**, studiata per il B2B e orientata all'internazionalizzazione. Un modello replicabile che permette alle PMI di posizionarsi online **in modo forte e credibile**, di attrarre buyer internazionali e **diconvertire l'interesse digitale in fatturato reale**.

## Programma

### MODULO 1 — Fondamentali del Global Digital Marketing B2B

- Ruolo strategico del digitale nell'internazionalizzazione
- Brand positioning globale
- Differenze tra marketing domestico e marketing internazionale
- Principi chiave del buyer journey B2B internazionale

### MODULO 2 - Il Customer Journey internazionale

- Prospect Target & Profiling: come crearli e sfruttarli al meglio

- Percorsi d'acquisto B2B omnicanali
- Touchpoint fisici e digitali: come integrarli in modo efficace?
- Opportunità, rischi, aspettative e ritorni economici per ogni canale e strategie considerata

### **MODULO 3 — Il portale web come hub commerciale internazionale**

- Come trasformare il sito in uno strumento di vendita globale B2B
- Approccio azienda-centrico vs. target-centrico
- Ottimizzazione per buyer, distributori, retailer e contractor esteri
- UX e conversioni per mercati differenti

### **MODULO 4 — Content Marketing per l'internazionalizzazione**

- Creazione di contenuti tecnici e commerciali per buyer esteri
- Case study, white paper e video per mercati globali
- Strategia omnicanale: sito, media, social, piattaforme
- Storytelling B2B in ottica internazionale

### **MODULO 5 — Social Media & piattaforme globali per il B2B**

- LinkedIn per sviluppo estero: pagine, contenuti, prospecting, ads
- YouTube e video marketing internazionale
- Marketplace B2B: come posizionarsi (Alibaba, Europages, GlobalSpec)
- Social media locali (WeChat, Meta, TikTok per settori specifici)

### **MODULO 6 — CRM, Lead Generation e Sales Funnel Internazionale**

- Modelli di generazione lead per il B2B globale
- Valutazione di lead magnet adatti ai buyer esteri
- Funnel strategy: retention, nurturing, conversione
- Sistemi CRM e tracciamento delle opportunità

### **OUTPUT FINALI**

- - Esempi di Strategia completa di Global Digital Positioning
- - Modelli vincenti da adattare al Portale web dell'Azienda
- - Modelli di Content Creation e piani editoriali *social* B2B
- - Modelli di Lead Generation & Funnel per la prospezione clienti

**Docente:** Relatore: Dott. Michele Mannucci - Esperto di Pianificazione strategica e Web & Digital Marketing Ceipiemonte

**Data e Orario:** 7 luglio (9.00/17.00)

**Scadenza adesioni:** 6 luglio

**Qualche giorno prima del webinar ciascun iscritto riceverà il link a cui collegarsi per seguire l'incontro e interagire con l'esperto**

## **Costo e modalità di adesione**

La quota di adesione è di € 400,00 + IVA, a persona, quale partecipazione alle spese di realizzazione sostenute da Ceipiemonte.

Per aderire è necessario compilare il modulo di iscrizione che compare cliccando su **"partecipa"**. A procedura terminata il sistema invierà un messaggio automatico di avvenuta iscrizione unitamente al modulo di adesione compilato.

#### **ATTENZIONE:**

**La compilazione on line del Modulo di Adesione costituisce iscrizione effettiva al corso in oggetto.**

Effettuando l'adesione on-line l'azienda si impegna pertanto a rispettare le clausole contenute nel modulo, con particolare attenzione alla clausola n° 2.

**Non è pertanto necessario trasmettere il Modulo, compilato e firmato, via fax o via mail.**

Il pagamento della quota di iscrizione è da effettuarsi solo previa comunicazione del Ceipiemonte in funzione dell'effettiva attivazione del corso.

Vi invitiamo infine a prendere visione del testo aggiornato della privacy policy adottata da CEIPIEMONTE in conformità al Regolamento Europeo 679/2016 (<http://www.centroestero.org/it/privacy.html>).

[Stampa](#)

## **Informazioni utili**

- **Data iniziativa:** 07.07.2026
- **Orario:** 09:00 - 17:00
- **Città:** Torino ( Italia )
- **Posti totali:** 25
- **Posti disponibili:** 25
- **Posti totali per azienda:** 5
- **Data inizio iscrizioni:** 10.12.2025
- **Data fine iscrizioni:** 06.07.2026

## **Per informazioni**

### **Centro Estero per l'Internazionalizzazione**

via Nizza 262 int. 56 - Polo Uffici Lingotto  
10126 Torino (TO)

Fabrizia Pasqua

Email: [Fabrizia.pasqua@centroestero.org](mailto:Fabrizia.pasqua@centroestero.org)

