



DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING

Strumenti, vantaggi e opportunità di mercato

Webinar (16 ore)

Obiettivi del corso

- Fornire gli strumenti e le conoscenze necessarie per utilizzare correttamente i social media per la comunicazione di impresa
- Utilizzare nuovi canali per promuovere e fornire servizi alla clientela
- Consolidare l'autorevolezza e la propria presenza online

Destinatari

- Liberi professionisti
- Imprenditori
- Referenti della comunicazione di impresa
- Tutti coloro che vogliono conoscere meglio i social media

PERIODO

giugno 2020

DURATA

16 ore

COSTO

180€ esente IVA

Contenuti

1) I nuovi utilizzi del Web (lo sviluppo tecnologico e la crescita del business - dal PC al laptop fino agli smartphone e la caduta dei tablet):

- Chi sono gli utenti, i clienti e gli attori
- I principali social network, le loro caratteristiche e peculiarità (focus su Facebook - LinkedIn - YouTube - Google+ - Instagram - Whatsapp)
- Due aspetti essenziali: la condivisione e il crowdsourcing
- Cosa sono il viral marketing e il buzz marketing
- Quali sono le caratteristiche del web (l'interazione è il motore di tutto)
- Focus su blog, wiki, feed, Rss e altri applicativi
- Case History nel mondo dei social network (analisi e dibattito sui fattori premianti e non delle vicende trattate)
- Perché i social network in azienda o in cooperativa?
- Insight di Facebook/Instagram, cosa sono e a cosa servono
- La pubblicità sui social, come funziona e come sceglierla
- La privacy alla luce della rivoluzione dei Cookies
- Le nuove regole di Facebook, come sono state scelte e perché
- Un algoritmo che punta al fatturato e pensa come un uomo
- Tutto, ora, qui: la realtà aumentata (dalla condivisione, alla geolocalizzazione, agli stati d'animo. Cenni di marketing esperienziale)
- Glossario essenziale sui termini del social media marketing (es: account, insight, edgerank, hashtag ...ecc)

2) Le criticità aziendali e individuazione delle potenziali soluzioni:

- Social Media, perché è un lavoro?
- Chi fa cosa: in quanti ci mettono mano e in che modo? (gestione unica dei social, scelta di suddividere gli incarichi a seconda del ruolo o della piattaforma)
- CASE HISTORY: Un corretto piano di social strategy
- Perché e come scegliere un profilo, un gruppo, una pagina o una comunità
- Creare contenuti di interesse (la scelta del linguaggio, degli argomenti, delle finalità)
- L'uso delle immagini e dei video
- Come ci si crea una buona reputazione e come va mantenuta
- Con le mani e con la testa: esercizi pratici di gestione dei social. Studiare e redigere un piano editoriale.
- Spendere per guadagnare, meglio investire, su post, inserzioni o sulla pagina? (Facebook - Google Adv)
- Come va? Confronto e supporto, condivisione sulle soluzioni migliori da adottare nelle attività di gestione quotidiane dei social per migliorare le prestazioni aziendali e di brand reputation
- Progetto comune da realizzare da utilizzare poi come best practice e guida per le questioni quotidiane in cooperativa e in azienda

Ogni strumento presentato sarà illustrato dettagliatamente e ne verranno spiegate le funzionalità e opportunità. Alla teoria si affiancheranno esercizi pratici per prendere confidenza con i mezzi e per testarne l'efficacia.

Docente

Enrico Samori: Copywriter, giornalista pubblicitista iscritto all'Ordine dell'Emilia Romagna, fotografo, specialista nei social media, pubbliche relazioni. Presidente di **Archimedia Società Cooperativa**.

Partecipanti

Min 10 - Max 15 partecipanti

Attestato

Attestato di frequenza

Informazioni e iscrizioni

Per iscriversi è necessario compilare il form sul sito www.irecoop.it.

Modalità di pagamento: bonifico bancario a IRECOOP EMILIA ROMAGNA SOC. COOP. - IT2400707202406032000114503 (causale: titolo del corso) - da effettuare il primo giorno di lezione.

Per informazioni contattare: **Luca Bartoletti - bartolettil@irecoop.it - 0543/370671**