

AZIENDA “SOCIAL”... E ADESSO COSA DICO? CREARE CONTENUTI STIMOLANTI PER I SOCIAL MEDIA

OBIETTIVI

Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, Instagram. 5 piattaforme che richiedono la realizzazione di contenuti diversi e peculiari. La creazione di contenuti destinati al web è uno dei passaggi fondamentali per la realizzazione di un'efficace Social Media Strategy. Le aziende, desiderose di mettersi in gioco in ambito Social, spesso sottovalutano l'importanza di realizzare contenuti che siano effettivamente stimolanti e interattivi, in grado di costruire relazioni durevoli con fan e follower; il che porta per lo più a risultati mediocri, se non addirittura controproducenti. Il corso, attraverso lo studio e l'utilizzo delle più recenti tecniche di comunicazione, fornisce ai partecipanti strategie e linee guida volte a realizzare contenuti 2.0 coerenti con le piattaforme scelte, altamente coinvolgenti ed improntati sulla Relazione, così da poter stimolare il passaparola e i meccanismi virali alla base del linguaggio Social.

DESTINATARI

Management, responsabili comunicazione e marketing, vendite, strategic planner, PR, Event e Account Manager, servizio clienti, responsabili di progetti Web/Online e Social Media.

CONTENUTI

- Definire il Content Mix 2.0 e realizzare contenuti 2.0 stimolanti e interattivi
- Apprendere i linguaggi e le diverse dinamiche di comunicazione distintive di ogni Social Media
- Creare relazioni durevoli con gli utenti, attraverso la continua produzione di Contenuti
- Gestire e Moderare la risposta ai Contenuti
- Impostare una strategia Social Media in grado di generare risultati tangibili e misurabili
- Un Nuovo Paradigma: da Monologo a Dialogo
- Piano di Comunicazione Social: Identificare le piattaforme più adatte, misurazione dei risultati
- Social Media Content Strategy: ascolto - partire dagli utenti
- Piattaforme: Facebook - il post perfetto; Twitter - il dono della sintesi; YouTube - la forza dei video; LinkedIn - una piattaforma professionale; Instagram - l'ascesa del nuovo social photo-based

DOCENTE

Luigi Drei – Esperto di comunicazione e comportamento organizzativo, autore del recente manuale di comunicazione “Non sono pericoloso”. Da oltre 10 anni docente, consulente aziendale e art director.

Per la sede di Piacenza: Giovanni Dalla Bona – Formatore e consulente di web marketing e content marketing. Lavora con aziende, enti di formazione, liberi professionisti ed associazioni di categoria. Si dedica in particolare allo sviluppo di strategie di inbound marketing basate su obiettivi misurabili e contenuti efficaci.

DURATA E ORARI

14 ore – 9.30-13.00 e 14.00-17.30

numero 53

SEDI E DATE

PIACENZA, 20 e 27 giugno

PARMA, 5 e 12 marzo

REGGIO EMILIA, 1 e 8 marzo

MODENA, 9 e 16 febbraio

RIMINI, 4 e 11 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5