

7. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT: l'appuntamento imperdibile di qualsiasi brand

IL PERCORSO DEL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SI SVOLGE SU 4 MODULI

7.1. MODULO INTRODUTTIVO

OBIETTIVI

Ormai qualsiasi attività ha un profilo social. I vecchi biglietti da visita sono stati sostituiti dalle pagine Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Pinterest e Twitter, che non solo contribuiscono a creare presenza e identità online, ma anche a tenere costantemente aggiornati gli utenti della rete su: servizi, prodotti, nuovi arrivi e varie. Per farlo però è importante conoscere alcune precise regole strategiche, sulla quali si potrà poi eventualmente lavorare attraverso gli ulteriori passaggi di ADV e SEO del sito o del blog.

CONTENUTI

- Quali sono e come funzionano i vari social: scegliere la piattaforma giusta in base agli obiettivi.
- Quando scrivere: lo studio dei target attraverso alcuni strumenti.
- Le regole dell'engagement: strategie di brand identity, veicolate dai piani di social integrati tra loro.
- Moderazione della community, social care e crisis management.
- Introduzione alle soluzioni di ADV.