

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

IL PERCORSO DEL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SI SVOLGE SU 4 MODULI

7.4 YOUTUBE

OBIETTIVI

YouTube è nel mondo il secondo motore di ricerca, dopo Google. Presente in 39 Paesi e disponibile in 54 lingue, in Italia vanta oltre 25 milioni di utenti attivi. Oggi i video corporate finiscono su questo social, perché la tendenza della community digitale è il contenuto video, che nel 50% dei casi su YouTube incontra anche l'interazione degli utenti. Come fare dunque a promuovere la propria attività su questo social? Vediamo insieme gli strumenti utili per farlo e scopriamo passo dopo passo i semplici strumenti di editing per mettere a punto la migliore strategia di marketing video.

CONTENUTI

- La creazione e la gestione di un canale.
- Organizzazione dei contenuti: creazione delle Playlist.
- Strategia di video marketing: i video sono le nuove brochures aziendali.
- Monitorare i risultati con gli Analytics.

DOCENTE

Francesca Zanardi. Giornalista professionista, laureata in Lingue straniere, con Indirizzo Comunicazione e IT. Oltre ad avere lavorato in varie redazioni, ha un'esperienza di 10 anni nel Digital Marketing, maturata tra agenzie e aziende sull'asse Milano-Parma e Reggio Emilia.