

Seminario di aggiornamento

Giovedì 23 febbraio 2017

Orario 10.00 – 13.30 / 14.30 – 17.00

**Social Media Marketing:
utilizzo strategico delle piattaforme sociali online**

Firenze, sede Ti Forma - Via G. Paisiello, 8

Relatore:

Dr. Marco Biagiotti,

*Esperto in Social Media e Web Marketing - Autore di Digital Marketing
nonché Top Contributor di Google Adwords in Italia*

DESTINATARI

Responsabili e operatori Uffici Stampa, Comunicazione e Marketing

PRESENTAZIONE

Le nuove tecnologie hanno rivoluzionato il modo con il quale le persone passano il loro tempo, organizzano la loro vita, imparano nuove cose, comprano e si interfacciano con le Aziende. In questo contesto la presenza sui Social Network rappresenta l'elemento cardine attraverso il quale le Aziende possono portare a compimento i loro obiettivi di comunicazione, attrazione e coinvolgimento dei propri pubblici.

Il seminario, che ha l'obiettivo di aiutare le aziende a comprendere come essere presenti, come coinvolgere gli utenti e come rendere efficace ed efficiente la propria comunicazione sui social network, si articola in tre parti:

- la prima parte tratta l'organizzazione della presenza professionale sui Social Network e l'utilizzo delle piattaforme sociali più diffuse in Italia;
- la seconda parte è incentrata sul coinvolgimento dell'utenza;
- la terza parte è dedicata al potenziamento della comunicazione attraverso l'analisi delle piattaforme pubblicitarie, le best practice, la persuasività e l'ottimizzazione delle performance.

PARTE I: Presenza sui Social Network

Social Network Management

Presenza sui Social Network

- a. Ansia da presenza
- b. Scelta della “propria” presenza
- c. Chi & Cosa per scoprire il Dove
- d. Obiettivi e strategia
- e. Strumenti e operatività
- f. Gestione delle crisi
- g. Calendario Editoriale
- h. Social Customer Care

Piattaforme Sociali Online

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Twitter
- d. LinkedIn
- e. YouTube

PARTE II: Coinvolgimento dell’utente

Definizione degli obiettivi

Calibrazione della comunicazione

- a. Buyer Persona
- b. Contenuti (Awareness, Consideration, Decision)
- c. Campagne

Metodologia di coinvolgimento

- a. Attrazione (Attract)
- b. Conversione (Convert)
- c. Chiusura (Close)
- d. Fidelizzazione (Delight)

Parte III: Potenziamento della comunicazione

Piattaforme di Social Media Advertising

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Twitter
- d. LinkedIn
- e. YouTube

Best Practice di Social Media Marketing

- a. Campagne e Strategie
- b. Post & Annunci

Persuasività

- a. Comunicazione persuasiva
- b. Armi della persuasione
- c. Messaggi persuasivi

Performance

- a. Approccio neuroeconomico
- b. Tecniche di induzione comportamentale
- c. Teasing
- d. Comunicazione emozionale
- e. Psicologia dei colori
- f. Social Media Marketing di prossimità