

# SOCIAL MEDIA MARKETING (80 Ore)

**Obiettivi:** Obiettivo del percorso formativo è fornire a tutti i partecipanti nozioni pratiche e teoriche per poter lavorare nell'ufficio Marketing con particolare attenzione al Social Media Marketing, in chiave di gestione della comunicazione digital. Al termine del corso i partecipanti conosceranno concetti chiave per sviluppare in maniera efficace una campagna di marketing e le principali tecniche utilizzate per creare campagne di web marketing efficaci. Le lezioni puntano ad una preparazione pratica integrando contenuti teorici con esercitazioni e role playing. Le esercitazioni porteranno alla pianificazioni del piano di comunicazione oltre alla gestione coordinata e strategica dei social network.

## **Modulo 1 (8h teoria) *Presentazione partecipanti team building***

Come fare Business con internet e i social Network Introduzione ai social network: panoramica sui contenuti del corso poi sviluppati.

## **Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) *Facebook parte I***

Come creare una pagina aziendale. Differenza tra una pagina personale e aziendale - Come gestire in maniera corretta e proficua una pagina Facebook - Insights: Come gestire le statistiche su Facebook - Social Advertising su Facebook.

## **Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) *Facebook parte II***

Utilizzo dei Social Plugin: case history - EdgeRank e TalkingAbout - Aumentare i fan - Cos'è Facebook ADS? Creazione di una campagna - GraphSearch: che cos'è e come gestirlo - Influencer marketing su Facebook.

## **Modulo 4 (6h teoria - 6h pratica) *Social Advertising Instagram - Facebook***

Panoramica sugli strumenti - Cos'è Facebook ADS? - Analisi dei volumi e degli interessi - Come targettizzare il pubblico - Gestione del budget - Efficacia delle inserzioni - La gestione delle inserzioni.

## **Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) *Twitter***

Personalizzazione del profilo. Come approcciarsi allo strumento - La strategia del nome - Connettere la comunicazione di Twitter con Facebook - Hashtags cosa sono come gestirli come crearli ad hoc - Strategie follower: come aumentarli - strategie applicabili a Twitter - I contenuti di valore - Case history - Influencer marketing su Twitter.

## **Modulo 6 (8h teoria - 4h pratica) *Instagram***

Come funziona Instagram? - Come creare un profilo su Instagram? - Che differenza c'è tra un profilo utente e un profilo business su Instagram? - Perché avere un profilo business su Instagram? - Come condividere foto, album di foto e video su Instagram? - Come si utilizzano i filtri? - A cosa serve la geolocalizzazione sulle foto di Instagram? - Come mettere tag su Instagram? - Cosa sono gli hashtag? - Come e quali hashtag utilizzare su Instagram? - Come cercare gli hashtag? - Cosa sono le stories e come si utilizzano? - Come ottenere risultati su Instagram? - Come fare Instagram marketing? - Come leggere le statistiche su Instagram? - Come attivare una sponsorizzazione su Instagram? - Influencer marketing su Instagram - Advertising su Instagram - Il piano di comunicazione.

## **Modulo 7 (8h teoria - 8h pratica) *Il piano di comunicazione***

Come si pianifica il piano di comunicazione - Gestire i Social Network in maniera coordinata - L'influencer marketing come strategia.

## **Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) *Domanda latente e domanda consapevole***

Cosa sono domanda latente e domanda consapevole - Come intercettare la domanda consapevole - Sfruttare la domanda consapevole per stimolare la domanda latente - Stima dei volumi di traffico - Tool di analisi e ricerca - Il blog come strumento per alimentare i social.