

**INFLUENCER MARKETING:
L'ARTE DI PROMUOVERE SE STESSI E LE AZIENDE (42 h)**
*(Percorso introduttivo al marketing di influenza
e alla promozione professionale attraverso i social)*

OBIETTIVI

- Fornire una panoramica completa e accessibile sull'influencer marketing e sulla sua rilevanza nel marketing digitale contemporaneo
- Introdurre i partecipanti all'uso consapevole dei social per promuovere sé stessi e/o un'azienda
- Far comprendere i meccanismi di base dell'engagement, dell'autenticità e della reputazione online
- Preparare alla creazione di contenuti e strategie personalizzate in vista del corso completo.

METODOLOGIA DIDATTICA:

- Lezioni online e interattive
- Case studies commentati
- Esercitazioni pratiche guidate
- Discussioni e lavori in gruppo
- Accesso a materiali digitali e piattaforme e-learning

STRUTTURA DEL PROGRAMMA

MODULO 1

Scenario e potenzialità dell'Influencer Marketing (6 ore):

- Cos'è l'influencer marketing e perché è centrale nel marketing digitale
- Evoluzione: dal testimonial tradizionale ai creator e micro-influencer
- Come funziona: dinamiche, attori coinvolti, piattaforme principali
- Le opportunità per professionisti, freelance, brand e PMI
- Case study e esercitazione

MODULO 2

Brand personale e visibilità online (5 ore):

- Personal branding: il primo influencer sei tu
- Identità, coerenza e reputazione nei social
- Come comunicare se stessi in modo professionale
- Analisi di profili efficaci: case studies
- Esercitazione

MODULO 3

Le teorie alla base del marketing (1 ora)

- Il neuromarketing
- Il modello stimolo-risposta di Pavlov
- I 6 principi della persuasione di Cialdini
- case studies

MODULO 4

Social media: panoramica strategica (6 ore):

- Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook, YouTube: quale usare e perché

- Algoritmi e reach organica: come funzionano?
- Engagement, insight e community: i primi KPI da osservare
- Introduzione alle metriche e ai dati
- Case studies e esercitazione

MODULO 5

I 4 pilastri dell'Influencer Marketing (3 ore):

- Strategia: obiettivi, target, posizionamento, branding e awareness
- Contenuto: tono di voce, storytelling e formati
- Audience: come attivare e fidelizzare la community
- Credibilità: autenticità e valore percepito
- Case studies e esercitazione

MODULO 6

Influencer, creator e brand: i 3 attori a confronto (3 ore):

- Differenze tra creator, influencer, ambassador e testimonial
- Il ruolo dell'azienda: briefing, valori, collaborazione
- Il ruolo dell'influencer: piano editoriale, storytelling, funnel, advocacy, trasparenza
- Il ruolo del pubblico: interazione, partecipazione, feedback

MODULO 7

Digital skills per influencer: comunicare con visual, video professionali, blog (4 ore):

- Creare e gestire un blog
- Strumenti per essere influencer: app (Canva e Photoshop); strumentazione tecnica (smartphone, telecamera, microfono, software di montaggio video)
- Tools di Intelligenza Artificiale
- Case study e esercitazione

MODULO 8

Il copywriting (2 ore)

- La scrittura che converte
- Case study e esercitazione

MODULO 9

Come riconoscere (e diventare) un influencer efficace (6 ore):

- Analisi del potenziale personale: che tipo di influencer puoi essere?
- Come valutare un influencer: reach, engagement, nicchia, tono di voce
- Primi strumenti di analisi e benchmark
- Prime prove pratiche di progettazione di un profilo strategico
- Case study e esercitazione

MODULO 10

Introduzione a campagne, engagement e crisi (6 ore):

- Cosa rende una campagna efficace: casi e modelli base
- Il valore del coinvolgimento autentico
- Le crisi reputazionali: come si gestiscono?
- Lezioni da casi reali e recenti
- Esercitazione

