

Social: affermare il brand attraverso relazione e conversazione

Mentre i media tradizionali si basano spesso su una logica di interruzione e comunicazione a senso unico, il web e in particolare i social media si basano sulla conversazione e sul dialogo.

“I mercati sono conversazioni” recitava il Cluetrain Manifesto, e oggi è più vero che mai. Questo cambio di paradigma, se ben gestito, rappresenta per le aziende una grande opportunità di incontro e confronto con il proprio pubblico.

I social network, insieme ai motori di ricerca, sono sempre più utilizzati per informarsi su aziende e persone, sulle loro competenze e professionalità, e per acquistare online: esistono numerosi marketplace e lo shopping tramite social diventa sempre più una pratica diffusa e amata dagli utenti.

Ma sono soprattutto strumenti preziosi per cogliere opportunità, far conoscere sé stessi, il proprio progetto e il proprio valore.

OBIETTIVI

- Condividere il cambio di paradigma della comunicazione Social: dalla narrazione alla conversazione
- Trasmettere caratteristiche e peculiarità di ogni piattaforma con esempi pratici
- Sensibilizzare al tema della Reputation on line e della credibilità, per sfruttare al meglio i social
- Condividere le opportunità dei Social per sviluppare attività di Advocacy Marketing.

PROGRAMMA

- Come funzionano i social media
- Brand Voice
- Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, ClubHouse, Google My Business
- Facebook: ottimizzazione pagine, post, algoritmo, analisi di una fan page
- Instagram: ottimizzazione pagine, tipi di post, stories, engagement, l'importanza delle immagini, anatomia di un post di successo, fan base di qualità
- L'importanza dei contenuti: social copy, errori da evitare,

community management, crisis management, commento negativo, grafiche social, hashtag, social video, Influencer Marketing

- Social listening: Google Trend e Answer the Public.
- Piano Editoriale:
 - i fondamentali
 - contenuti e argomenti
 - programmazione e organizzazione
 - esercizi e strumenti per costruire un piano editoriale
- Statistiche: metriche, insight
- Strumenti di creatività , programmazione, per video testuali.

Nuove piattaforme e instant messaging: come sta cambiando la comunicazione digitale

- TikTok: primi passi, contenuti virali, algoritmo, pianificazione e strategie
- Il Social Media Plan: obiettivi e piano d'azione
- WhatsApp Business: panoramica, up & down, impostazione e strategie, customer care, gruppi, liste, privacy, come scrivere in chat
- Costruire il customer care con l'Instant Messaging.

DESTINATARI

Imprenditori, Marketing Manager, CEO, Professionisti della comunicazione, PMI, Marketers, Startupper e tutti coloro i quali hanno necessità e interesse a usare i social media per creare awareness, credibilità e autorevolezza della propria azienda sul web.

METODOLOGIA

Laboratorio pratico, per sperimentare immediatamente le strategie e le nozioni apprese: verranno utilizzati supporti tecnologici, social network e ambienti di simulazione virtuali grazie ai quali i partecipanti potranno collaborare, dialogare e condividere le proprie esercitazioni in tempo reale, ottimizzando così l'attenzione, il coinvolgimento e l'efficacia.

DURATA

Corso in presenza di 2 giornate o in modalità webinar.