



SOCIAL MEDIA MARKETING

OBIETTIVI

- Avere un quadro d'insieme sulle nuove dinamiche della rete, sul marketing online e sui social media
- Comprendere le logiche e le modalità per sviluppare un'efficace presenza sui social media
- Evidenziare le differenze fra i social media più diffusi
- Comprendere le opportunità in ottica di customer retention e customer acquisition

DATI ORGANIZZATIVI

- *Durata*: da definire in base a obiettivi e fabbisogni del cliente
- *Destinatari*: per aula max 8 persone
- *Modalità di erogazione*: alternanza teoria ed esercitazioni

CONTENUTI

- Utenti – clienti – attori
- I principali social network. Caratteristiche di Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google+, Pinterest, Instagram nell'utilizzo per le imprese
- Il piano di Social Media Marketing e l'integrazione con il piano di digital marketing
- Come social media e contenuti entrano nell'inbound marketing
- Condivisione e crowdsourcing
- Usi e comportamenti delle diverse generazioni
- Perché aprire un blog
- Content strategy
- Creare un piano editoriale
- Come costruire un post, principali tipologie
- Creazione e cura dei contenuti
- Il marketing sociale
- Il social commerce
- Il sorpasso dell'accesso da mobile
- Smartphone, tablet PC
- Marketing di prossimità e iBeacon
- La realtà aumentata e il digital signage