

# ITschool

La digital academy



**L'accademia delle professioni  
informatiche.**



# Corso di Social Media Marketing & digital branding

## Corso di Social media marketing & digital branding per aziende o gruppi aziendali per singoli o gruppi in formula weekend

A differenza di quanto si pensi i social media non sono degli strumenti di vendita bensì dei veri e propri mercati nei quali incontrare i clienti e cominciare ad instaurare una relazione con loro.

Conoscere i social media e sfruttarne le potenzialità è indispensabile per un'azienda che ha come obiettivo la crescita del proprio brand e del fatturato.

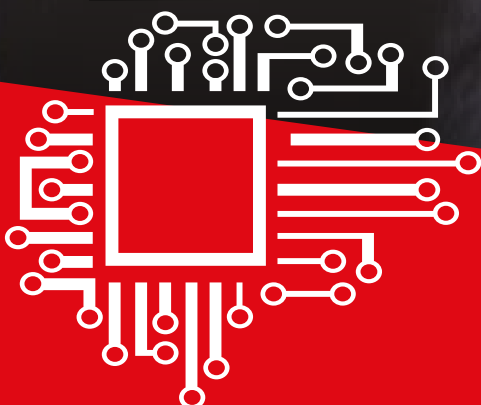
La mancata conoscenza delle strategie comunicative sui social networks può portare a commettere errori "irreparabili" che non solo, naturalmente, non portano benefici ma possono addirittura penalizzare il brand e la brand reputation.

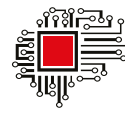
### Argomenti trattati

Per comprendere l'uso dei social è fondamentale conoscere l'evoluzione degli stessi; conoscere le evoluzioni dei social, nonché l'evoluzione del loro utilizzo permette di contestualizzare strumenti rispetto ad un mercato ed una azienda.

Il corso approfondirà le specifiche tecniche e relazioni dei principali social in uso, indicando per ciascuno, non solo il loro uso verso il prospect ma anche i metodi di analisi più utili per una corretta web analysis.

La gestione dei social e la loro "ottimizzazione" per contenuti e tempo sarà affrontata concretamente mediante la fornitura di strumenti ed indicazioni.





# ALME

## **Informazioni sul percorso formativo:**

**Studio del materiale didattico**

**Fase d'aula della durata di 16 ore (ven-sab, 09.00-18.00)**

**Sede delle lezioni: Milano**

**Numero massimo di partecipanti: 10**

## A chi è rivolto?

A tutti coloro che in azienda si occupano di marketing, social marketing, web marketing, imprenditori e responsabili marketing, aziende già attive sul canale digitale che intendono aumentare la propria presenza e le proprie vendite.



## Certificazioni e attestati

ITschool rilascia ad ogni allievo, al termine del percorso formativo, l'attestato di frequenza al corso.



## Fasi del percorso

- Studio del materiale didattico
- Fase d'aula della durata di 16 ore
- Incontro di orientamento professionale
- Realizzazione video CV
- Rielaborazione e aggiornamento del CV



## Entra nel mondo del lavoro

L'aggiornamento e la divulgazione del cv di ogni allievo tra la rete di partners ITschool costituisce un vantaggio indiscusso nella ricerca di un lavoro che sia al tempo stesso appagante e attinente alle materie studiate durante il percorso formativo. Accompagnare i nostri studenti durante la fase di inserimento sul mercato del lavoro è un compito che ITschool prende con la massima serietà.



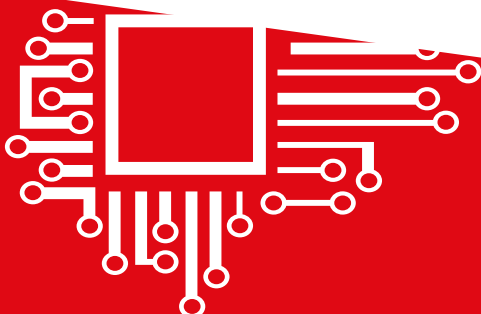
## Come candidarsi

Compila il form di contatto: ti contatteremo entro pochi giorni. La prova di selezione prevede un colloquio motivazionale con un consulente didattico; verranno anche considerati il CV scolastico e lavorativo del candidato e la lettera motivazionale prodotta.



## Agevolazioni

- Servizi aggiuntivi agli allievi ITschool:
- Possibilità di finanziamento
- Segnalazioni di strutture ricettive limitrofe



# Il programma completo del corso

## Uno sguardo generale

Storia ed evoluzione dei social networks  
L'errore più grande  
Caratteristiche e punti di forza  
Quello che devi sapere prima di cominciare  
Differenze tra i social media più diffusi  
Comprendere le opportunità di comunicazione tanto sul fronte della customer retention che della customer acquisition  
Analisi del rendimento delle attività social, soprattutto in caso di loro uso combinato.

## Le pagine Facebook

Come crearle  
Tipologie e differenze

Ottimizzare le pagine  
Trasformare una pagina personale in una pagina aziendale  
Le url personalizzate  
Interagire e condividere con la tua lista  
Social customer care  
I ruoli della pagina  
Ottimizzare per i mobile  
Tool utili

## Creare definire segmentare

La definizione della strategia  
La creazione dell'avatar  
L'arma vincente  
Il piano editoriale  
I post di facebook  
Fonti dei post, trovarle e gestirle  
Storytelling vincente

## Oltre il visibile

Profilare il target  
"Marketing tabs"  
Le call-to-action che convertono  
Stagionalità e opportunità  
Fare marketing con le recensioni  
Prepararsi alle evoluzioni: Le Secret Rooms e Facebook at Work





## **Gli eventi Facebook**

Organizzare  
Promuovere  
Gestire

## **Gli Insights e la potenza delle ADS**

Leggere e utilizzare le statistiche  
Vision Strategy  
Creare e gestire una campagna  
CPC vs CPM  
La potenza del Retargeting  
Dall'Online all'Offline

## **Cambiano i media, cambia il business**

Cambiamento del panorama media: come sta cambiando la fruizione dei mezzi – dal punto di vista dell'intensità e della qualità – a seguito della diffusione dei social media e del mobile  
Il mondo della comunicazione: l'impatto del cambiamento dei media sulle strategie di comunicazione secondo la logica della multicanalità e dell'engagement  
Gli obiettivi di un piano di social media marketing: customer acquisition, customer retention, viral marketing, digital reputation  
La reputazione online: monitoraggio e gestione dei commenti negativi  
L'importanza del customer care su Internet  
Gli influencer online: analizzare, definire e implementare una campagna di digital PR  
Il seeding: usare i social media per intercettare e gestire le conversazioni rilevanti  
Yahoo Answers e le nuove piattaforme di content curation

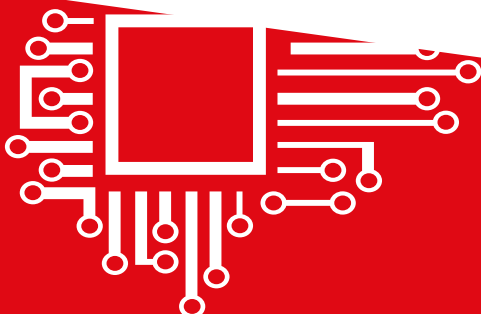
Quali metriche per il social media marketing: darsi gli obiettivi corretti e monitorare gli sforzi che si stanno facendo  
i tool di social media analytics

## **L'utilizzo delle altre piattaforme**

Twitter: individuare gli hashtag corretti e gli orari appropriati per incrementare la visibilità dei tweet; l'uso di Twitter come customer care  
Linkedin e il suo ruolo B2B  
Youtube e le caratteristiche tecniche ed editoriali della piattaforma: si può programmare un video virale?  
Google Plus e i differenti utilizzi.

## **I Social CRM**

Strumenti e tecniche di lead generation grazie ai social media: costruire profili social, con i relativi piani editoriali, che costituiscano una via per la generazione di contatti commerciali come estrarre e gestire, laddove possibile, i contatti  
strumenti e app gratuite; tool professionali  
Lead generation ed email-marketing





## Irene Bertora

### Social media specialist e digital PR

Esperta di comunicazione digitale con focus sui Social Media. Nel suo percorso professionale ha collaborato con alcune delle più importanti digital agency italiane e aziende

multinazionali, sia a livello strategico che creativo.

Dal 2016 entra nel team di Virgin Active Italia come Social Media Specialist e Digital PR.



## Francesco Fiore

### Social media specialist e web editor

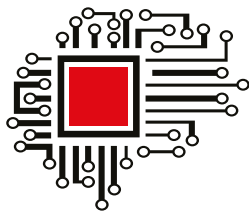
Pluriennale esperienza come professionista nel mondo della comunicazione, ha seguito diversi clienti e aziende internazionali nei più svariati settori merceologici, da Danone

a Nike, da Gucci a Zurich Insurance, da Lindt a Coccinelle.

Negli ultimi anni si è concentrato sull'attività di docente e formatore aziendale in ambito Web Marketing, Social Network e tecniche di comunicazione.

Svolge anche il ruolo di Social Media Manager e Web Editor per clienti del Design, della Ristorazione e del No Profit.





# ITschool

La digital academy

