



**SOCIAL MEDIA
COMMUNICATION -
ORIENTARSI NELLA
COMUNICAZIONE DIGITALE**

OBIETTIVI

I Social Media rappresentano strumenti di web marketing imprescindibili per le aziende che intendono realizzare efficaci strategie di comunicazione online. Essi si configurano come vere e proprie piattaforme multimediali che vengono concepite come canali primari per:

- raggiungere i clienti;
- aumentare la popolarità;
- diffondere il marchio, con i suoi relativi prodotti e servizi.

Difatti, i social network consentono di attivare una "relazione alla pari" tra azienda e cliente, bidirezionale, fatta di feedback, consigli e opinioni, migliorando in tal modo l'engagement, la retention e la brand image.

La finalità del corso è sensibilizzare i partecipanti relativamente alle grandi potenzialità di comunicazione offerte dai social network e dai nuovi mezzi di comunicazione, esplorando le principali piattaforme ed i tool più interessanti.

Il corso si propone quindi di fornire ai partecipanti le competenze necessarie per attivare la presenza del Brand aziendale all'interno del mondo digitale.

CONTENUTI

- Social media, cosa sono e a cosa possono servire: un nuovo modo di comunicare e interagire; come ci ha cambiato il digitale; come cambia il rapporto con i clienti;
- Social network: scenario, logiche e target; definizione e classificazione; scelta e ruolo delle diverse piattaforme 2.0; le diverse strategie; la netiquette dei social network; l'azienda e i social media; i tool fondamentali per gestire la presenza online di un'azienda/personal branding; la strategia digitale; come sviluppare una strategia digitale; i social media e l'identità digitale: gli influencer; il personal branding; Google CV; strumenti per monitorare la propria reputazione online;
- Dallo Storytelling allo Story Sharing, Sistemi di montaggio in cloud: Stupeflix; i metadati (TAG) e il loro uso; come usare i motori di ricerca per l'E-content; il diritto d'autore; progetti aziendali per la creazione della Community Aziendale; contenuti digitali strategici; contenuti per il Brand management; contenuti digitali per la comunicazione esterna; contenuti digitali per il training aziendale.

METODOLOGIA

Il corso intende avvalersi di un nuovo approccio basato sull'interazione tra teoria e pratica, tra metodologie classiche e innovative, tra sapere, saper fare e saper essere, con lezioni frontali tenute dal docente, intervallate da esercitazioni pratiche, analisi di casi aziendali, discussioni e confronto continuo tra i partecipanti, nell'ottica di un percorso formativo improntato all'interattività e allo stimolo continuo.

In particolare, sarà privilegiato un approccio didattico di tipo attivo basato sulle seguenti metodologie:

- a) lavori di gruppo da svolgere in un tempo prefissato, facilitando lo scambio di idee ed esperienze tra i partecipanti in un rapporto relazionale sganciato dalla dipendenza dal docente
- b) discussione di gruppo, privilegiando un tipo di apprendimento per problem solving e per confronto
- c) laboratori, coinvolgendo il gruppo dei partecipanti in formazione su un problema reale per assumere decisioni e, quindi, intraprendere delle azioni, favorendo l'apprendimento di gruppo e organizzativo

CERTIFICAZIONI

Il corso, volto al miglioramento, accrescimento e potenziamento delle competenze manageriali consentirà ai partecipanti di conseguire una **Dichiarazione delle Competenze** (Conoscenze e Abilità) raggiunte durante il percorso. Si tratta di un'attestazione di acquisizione delle singole competenze coerenti con il corso frequentato e conferita a coloro i quali supereranno con esito positivo le prove di verifica previste dal percorso.

QUOTA DI ISCRIZIONE

€ 1.200,00* + IVA

*Possibilità di finanziare la formazione attraverso i fondi interprofessionali.

In caso di iscrizione di almeno 3 partecipanti della stessa Azienda, si garantisce lo sconto del 20% per ciascuna quota di iscrizione.

DURATA

2 gg (16 hh)

