

Corso per Social Media Manager

Formazione all'uso degli strumenti di marketing e comunicazione online più diffusi (Facebook, Twitter ecc.) per finalità istituzionali e business



Target: chiunque voglia diventare un professionista della comunicazione via social network, responsabili della comunicazione esterna presso imprese e organizzazioni, assistenti e responsabili marketing, comunicatori pubblici, brand manager, copywriter, responsabili dei servizi di customer care, creativi, pubblicitari, assistenti in area risorse umane e comunicazione interna.

Durata: Ore variabili, scomponibili fino a 10-12 moduli

Premessa: l'uso dei social media è oramai una pratica diffusa a tutti i livelli, privati o pubblici, dalle imprese al mondo associativo e culturale, dai professionisti al mondo del no profit. Twitter e Facebook vengono sempre più utilizzati come canali per la comunicazione esterna, il marketing, le relazioni istituzionali o la promozione del proprio marchio e contemporaneamente per creare comunità di interessi o parteciparvi.

I social media possono ampliare i contatti, mantenere vivi quelli esistenti e diventare strumenti per un aggiornamento più leggero e immediato dei messaggi che imprese, associazioni, Enti e professionisti vogliono trasmettere. Attraverso i social network si possono instaurare contatti immediati con i propri stakeholder: consumatori finali, cittadini, imprese, investitori ecc. Essere in grado di guidare professionalmente la comunicazione via social network è diventato, di conseguenza, un asset importantissimo per competere, dialogare con i propri interlocutori e rendere più veloce e immediato il trasferimento di valore.

Finalità del corso: per utilizzare correttamente i social network occorre comprenderne le regole di base, ma anche le potenzialità. Un uso consapevole permette di approntare piani strategici per migliorare la comunicazione esterna, le azioni di lobby e la promozione di attività settoriali, avvicinando i consumatori, cittadini e imprese a temi di interesse.

Il corso ha la finalità di insegnare alle singole persone (prima di tutto) e ai responsabili che ricoprono un ruolo istituzionale nell'area della comunicazione esterna e marketing come raggiungere questi obiettivi, partendo dalle semplici regole d'uso fino alla pianificazione strategica di azioni di promozione, social networking fino ad arrivare a gestire vere e proprie campagne marketing e pubblicitarie, finalizzate a stringere migliori contatti con i propri



stakeholder e comunicare in maniera trasparente, diretta e immediata. Il corso insegnerà come usare i social network con finalità di business e istituzionale, a gestire e pianificare attività e campagne e a valutare i risultati delle azioni di social media marketing.

Obiettivi di apprendimento, in dettaglio:

- comprendere le dinamiche di comunicazione basate su Internet;
- saper scrivere per il Web, utilizzando tecniche e strategie di copywriting finalizzate anche all'ottimizzazione per i motori di ricerca;
- saper trattare immagini e fotografie per un uso corretto su Internet;
- aprire e gestire profili e pagine Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e LinkedIn finalizzati ad attività istituzionali e business;
- saper pianificare e portare a termine campagne di e-mail marketing;
- saper pianificare, realizzare e misurare campagne pubblicitarie su Google, Facebook e Twitter;
- saper misurare i risultati e la comunicazione via social network, mappando comunità di interessi e influencer;
- saper gestire strumenti avanzati di controllo e pubblicazione sui social network (Hootsuite ecc.).

Strumenti: è necessaria la dotazione di personal computer collegati a Internet per tutti i partecipanti. Consigliato anche il contemporaneo uso di Tablet e Smartphone con connessione alla rete dati. Le lezioni avvengono in aula, con proiettore e l'uso di strumenti Web in tempo reale da parte di tutti i partecipanti.

Contenuti (programma)

- Il marketing: elementi e regole di base e come si applicano a Internet;
- Teoria e tecnica di comunicazione online;
- Scrivere per Internet: da 140 caratteri al long copy, passando per blog e testi per campagne ADV;
- Aprire una canale social: immagine coordinata, strategie e tecniche di pubblicazione;
- Come gestire nel tempo la presenza online di marchi, istituzioni e associazioni;
- Gestione avanzata di canali social per il marketing: Facebook, Twitter, LinkedIn;
- Storytelling e digital PR: nuove forme di digital PR e narrazione ai tempi del Web 2.0
- Predisporre grafica per il Web e per i canali social;
- Gestire campagne pubblicitarie via Facebook e Twitter;
- Acquisto di parole chiave sui motori di ricerca e pianificazione di campagne AdWords con Google;
- Non solo marketing: che cosa comunicare a livello ufficiale e perché (target primari e secondari);
- Pianificare il marketing online e gestirlo con adeguati strumenti di controllo;
- Imparare ad analizzare i dati di traffico e relativi ai social network: strumenti interni ed esterni alle piattaforme social;
- Campagne di e-mail marketing: dalla strategia alla pratica utilizzando MailChimp;

Docente: Dario Banfi.



Dario Banfi, 45 anni, coniugato e con 2 figli, è giornalista professionista e freelance, copywriter e consulente di comunicazione. È coautore di Vita da freelance (Feltrinelli, 2011), Lavoro in frantumi (Ombre Corte, 2011) e Condizioni e identità nel lavoro professionale (Derive & Approdi, 2008) e autore di Diventare Manager 2.0 (Apogeo, 2007), Liberi professionisti digitali (Apogeo 2006) e altri libri dedicati alle tecnologie, a Internet e al lavoro. Specializzato in management, ICT e mercato del Lavoro, scrive per quotidiani e numerosi periodici e pubblicazioni di editoria specializzata e online. Già collaboratore per 5 anni del Sole 24 Ore e Job24 e consulente del Ministero del Lavoro, svolge attività professionale autonoma di business writing e consulenza in comunicazione d'impresa e nuovi media.

Negli ultimi 10 anni ha prestato consulenza e collaborato con Microsoft Italia, Motorola, Autogrill, Hill & Knowlton, Italia Lavoro Spa, Imageware Spa, Barabino & Partners, Associazione Sindacale dei Notai della Lombardia, Università SISSA di Trieste, OD&M Consulting, Adecco Italia, Il Sole 24 Ore, Apogeo Editore, Corriere delle Comunicazioni, Avvenire Ed., Haier, Business International, Manpower Italia, Cesi Multimedia, BSI – British Standard Institute, NetApp, G2Italy, ecc. Ha tenuto numerosi corsi di formazione in materia di Web writing, comunicazione via Blog e utilizzo dei social media (Twitter e Facebook). Ha una cattedra a tempo per l'insegnamento di "Giornalismo Imprenditoriale" alla SISSA di Trieste presso il "Master in Comunicazione della Scienza".