

In un panorama social in continua evoluzione e sempre più competitivo, adottare un approccio data-driven è fondamentale per prendere decisioni efficaci e integrare le attività social all'interno di una strategia di brand omnicanale.

Il corso "La pianificazione data-driven: social platform" offre una panoramica sull'evoluzione delle piattaforme, sui trend emergenti e sulle specificità dei singoli canali, con particolare attenzione al comportamento degli utenti, sempre più fluido e guidato da uno scrolling continuo che va dalla scoperta all'azione.

In questo contesto, è fondamentale definire obiettivi chiari e misurabili, identificare KPI realmente utili (superando le vanity metrics) e sviluppare contenuti capaci di generare valore. I partecipanti acquisiranno o rafforzeranno competenze per costruire strategie social efficaci, ottimizzare in modo continuativo l'attività e massimizzare i risultati.

Il corso è rivolto anche a chi, pur non gestendo direttamente i canali social, è coinvolto nella valutazione e supervisione delle attività svolte da partner o agenzie esterne sui canali proprietari di brand.