

Leonardo Bellini

**Digital Marketing Strategist | Fondatore di DML e LinkedIn For Business**

## **Social Social Media Content Strategy e Social Media Advertising**

### **Introduzione al personal branding**

#### **Personal branding 2020**

Obiettivo della mattinata di formazione è offrire spunti, indicazioni, metodi e best practice per definire una strategia e un piano di social media marketing per un'azienda o un'organizzazione. Agenda: • Una strategia editoriale per i principali social network • pianificare e produrre un piano editoriale per i differenti social network • scrivere contenuti che generano engagement sui Social network (Social content creation) • reperire i contenuti per i social network (Social content curation) Durante il corso si illustrerà una roadmap in 7 passi per definire la tua social media content strategy: • Definisci gli obiettivi • Effettua un Social Media Audit • Stabilisci la tua target audience • Analizza i concorrenti • Definisci tono di voce del brand • Costruisci la tua strategia di contenuti sui social media • Misura i risultati sui social media L'obiettivo della lezione del pomeriggio è invece illustrare le opportunità offerte dal mondo dei Social Media agli investitori pubblicitari. Durante la lezione verranno presentati alcuni dati sui valori del mercato del Social Advertising in Italia, le modalità principali con cui è possibile utilizzare i canali Social a seconda dei diversi obiettivi di un brand, i livelli possibili di profilazione della social audience on base al canale social utilizzato, gli strumenti di analytics a disposizione per misurare le performance delle proprie campagne. In particolare tratteremo la creazione di campagne di social media advertising sui 4 social network principali: • Facebook • Instagram • LinkedIn • Twitter Evidenziando le differenze e le peculiarità di ciascun canale per l'advertising. Agenda: • Come impostare una campagna di social advertising in base agli obiettivi, al mercato, al contesto di business e al livello di profilazione dell'audience • Le differenti opzioni di advertising per i principali Social network: Facebook, LinkedIn, Twitter, e Instagram • Alcuni esempi di creazione di una campagna per ciascun canale social • Le campagne di retargeting e le audience personalizzate • misurare l'efficacia di una campagna: gli strumenti di analytics