

Abstract lezione: Social media content strategy – sabato 9 aprile 2021 mattina

Obiettivo della giornata 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:

1. Definisci gli obiettivi
2. Effettua un Social Media Audit
3. Stabilisci la tua target audience
4. Analizza i concorrenti
5. Definisci tono di voce del brand
6. Costruisci la tua strategia di contenuti sui social media
7. Misura i risultati sui social media

Abstract lezione: Progettare e sviluppare una campagna di social media advertising -sabato 9 aprile 2021 pomeriggio

L'obiettivo della lezione è 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 3 social network principali:

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn

Evidenziando le differenze e le peculiarità di ciascun canale per l'advertising.

Agenda:

8. Come impostare una campagna di social advertising in base agli obiettivi, al mercato, al contesto di business e al livello di profilazione dell'audience
9. Le differenti opzioni di advertising per i principali Social network: Facebook, LinkedIn e Instagram
10. Alcuni esempi di creazione di una campagna per ciascun canale social
11. Le campagne di retargeting e le audience personalizzate
12. misurare l'efficacia di una campagna: gli strumenti di analytics

Abstract lezione Come sviluppare un Piano di personal e Professional branding online – sabato 24 aprile 2021 9.30 -13.00

Obiettivo della lezione è offrire spunti, indicazioni, metodi e best practice per definire una strategia e un piano di personal e professional branding da attuare sui canali digitali e sui social network.

Agenda (Mattina):

13. Focus su Obiettivi professionali da raggiungere
14. Chi desideri attirare sul tuo Profilo LinkedIn? Identifica il tuo interlocutore chiave
15. I 4 step di un piano di professional branding su LinkedIn
16. Analizza e misura il tuo Professional branding Funnel: awareness, interest, engagement, conversion
17. Impostazione di un piano di Professional branding: obiettivi, risorse, tempistiche, azioni, contenuti, metriche e relazioni
18. Tattiche per costruire un migliore Professional Brand su LinkedIn
19. Metriche per misurare l'efficacia del Professional brand su LinkedIn

Durante la lezione si proporrà ai partecipanti un assessment del loro Professional Brand su LinkedIn e si forniranno una serie di consigli per l'ottimizzazione.