

83

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Formazione in presenza

CESENA, 9 e 16 aprile

Formazione a distanza

13 e 20 marzo

9 e 16 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SOCIAL MEDIA STRATEGY

Essere presenti sui social è un plus che può portare enormi benefici, a condizione che le azioni siano studiate, pensate e progettate in un'ottica strategica. Ma come trarre vantaggio dalle molteplici azioni che possiamo sviluppare? Il corso fornisce le competenze fondamentali per attivare una strategia efficace, le basi metodologiche e gli strumenti concreti da applicare e personalizzare rispetto agli obiettivi aziendali oltre ad esercitazioni pratiche per definire le scelte di una concreta Social Media Strategy.

Obiettivi

- Analizzare il web e saper riconoscere i KPI utili per la tua azienda
- Prendere decisioni strategiche in un'ottica di comunicazione integrata
- Operare praticamente sui social networks sapendo valutare la bontà della strategia intrapresa ed attuando azioni correttive o di miglioramento

Destinatari

Responsabili ed addetti alla comunicazione aziendale ed al marketing, titolati d'azienda, social media strategist.

Contenuti

- La strategia al servizio del web: come raggiungere gli obiettivi aziendali applicando un'efficace "social media strategy": elementi base
- I 7 passi per una strategia che lasci il segno e porti risultati all'azienda: facciamo il punto
- Gli strumenti: come scegliere i social network che fanno al caso nostro? Carrellata dei principali social network (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, ecc.), analizzati in ottica strategica
- Consigli pratici per definire, gestire e aggiornare la social media strategy aziendale

Docente

Luca Lo Iacono, imprenditore in ambito digitale. Docente e consulente di web marketing e strategie digitali.