PMGT-34 - SOCIAL MEDIA: ELABORARE UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE VINCENTE

Categoria: **Management**

INFORMAZIONI SUL CORSO

Durata:	Categoria:	Qualifica Istruttore:	Dedicato a:	Produttore:
1 Giorni	Management	Docente Senior (min. 5 anni)	Manager	PCSNET

OBIETTIVI

Definire il ruolo dei social media in termini di marketing.
Utilizzare i social media nellambito dellintero processo di marketing.
Individuare i metodi per conoscere clienti acquisiti e target potenziali attraverso lanalisi dei social media.
Impostare la strategia per il presidio dei social media e per il successivo controllo.

PREREQUISITI

Nessun prerequisito.

CONTENUTI

L'elemento umano come punto di riferimento in tutte le attivit sui social media

Studio del target attraverso l'approccio socio-grafico

Individuazione delle micro-tendenze e delle persone di riferimento. Social influence: reach e affinity

Social broadcaster e mass influencer

L'importanza della credibilit nei social media

Informazione, connessione, interazione, conversazione

Il word of mouth come strategia

Le dinamiche dei principali social media

Casi aziendali

INFO

Materiale didattico: Dispense PCSNET

Costo materiale didattico: 20 € incluso nel prezzo del corso a Calendario

Natura del corso: Teorico Metodologico