DIMA-1 - SOCIAL MEDIA MARKETING BASE

Categoria: **Digital Marketing**

INFORMAZIONI SUL CORSO

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

OBIETTIVI

Il corso è pratico e permette di apprendere le competenze di base del Social Media Marketing. I discenti impareranno ad utilizzare gli strumenti di marketing sui Social in modo strategico di creare e gestire in modo ottimale i piani di marketing monitorando i risultati. Una buona parte del corso sarà focalizzato sull'impostazione e l'ottimizzazione delle campagne di social advertising e sull'analisi e monitoraggio dei risultati raggiunti. Attraverso esercitazioni pratiche e casi di studio reali, al termine del corso i discenti saranno autonomi sulla gestione e pianificazione strategica dei Social Media in ambito B2B e B2C.

PREREQUISITI

Nessun prerequisito.

CONTENUTI

Strategie e Basi di Social Media Marketing

- -Cosa si intende per Social Media Marketing e differenze rispetto al web marketing tradizionale
- -Il ruolo del social marketing all'interno del Business Plan
- -Tipi di social: generalisti e specialisti
- -Costruzione di una brand identity sui social network
- -Come costruire una strategia di marketing sui canali social
- -La struttura di un progetto di Social Media Marketing
- -Creazione e pubblicazione: il piano editoriale
- -Statistiche sulla diffusione dei Social Network
- -Storytelling e phototelling sui social
- -Differenze tra le strategie B2B e B2C

Facebook

- -Account personale, pagine e gruppi: potenzialità e vantaggi per il business
- -Creazione e ottimizzazione di una pagina aziendale
- -Creazione e ottimizzazione di un gruppo
- -Tipi di post su Facebook
- -Come costruire e mantenere fan su Facebook
- -Best practice per la pubblicazione dei post: netiquette, linguaggio, link, hastag e menzioni

-Come funziona l’algoritmo di Facebook
-Gli acceleratori: il live, le storie e le app su Facebook
-L’advertising di Facebook (Business Manager, tipologie di inserzioni, monitoraggio)
-Come creare e gestire una campagna pubblicitaria su Facebook da zero
-Case study ed esercitazioni pratiche in aula

Instagram

-Instagram per il Business: differenze tra profili aziendali e privati
-Le storie su Instagram: come sfruttarle ai fini di business
-Le App per aumentare le funzionalità di Instagram
-Utilizzo e monitoraggio degli hastag
-Advertising su Instagram per le aziende
-Analytics su Instagram per le aziende
-Come trovare gli influencer su Instagram e sfruttarli per il business
-Le tipologie di aziende più rappresentate in Instagram
-Case study ed esercitazioni pratiche in aula

LinkedIn

-Personal branding: come ottimizzare il profilo personale, suggerimenti e attività pratiche per migliorare il profilo;
-Funzionalità business di Linkedin e Linkedin Premium
-Come creare una pagina aziendale e le pagine vetrina
-Self marketing: come farsi trovare dalle aziende
-Utilizzo dei gruppi su LinkedIn
-L’advertising di Linkedin
-Case study ed esercitazioni pratiche in aula

Twitter

-Funzionamento e creazione dell’account su Twitter
-La scrittura dei tweet: best practice
-Servizi per accorciare gli url
-Tweet e follower
-Il ruolo degli hashtag
-Come utilizzare Twitter per obiettivi di business
-Advertising di Twitter
-Case study ed esercitazioni pratiche in aula

Google+

-Creazione di una pagina aziendale in G+
-Pagine brand e pagine luoghi
-Google My Business e il posizionamento SEO
-Creazione e gestione delle cerchie
-Creazione e gestione delle community
-Il ruolo delle recensioni
-Case study ed esercitazioni pratiche in aula

YouTube

-Creazione di un canale su YouTube
-Come ottimizzare un canale YouTube
-Come ottimizzare i video

- -Il posizionamento SEO: keyword e tag
- -Gestione di più account aziendali
- -Advertising di YouTube
- -Case study ed esercitazioni pratiche in aula

Pinterest

- -Funzionamento di Pinterest: pin, bacheche
- -Personalizzazione del canale
- -Utilizzo di Pinterest per l'ecommerce
- -Le tipologie di aziende più rappresentate in Pinterest
- -Vantaggi e funzionalità dell'account Pinterest aziendale
- -L'advertising su Pinterest

Social Media Monitoring e Analytics

- -Come misurare l'engagement
- -I principali social KPI
- -Strumenti di analisi: tool on line free e a pagamento
- -Social listening e brand reputation
- -Come costruire un report sui social
- -Apertura e gestione di account social per un'azienda cliente (profilo di fatturazione, fonti di pagamento e gestione fatture)
- -Misurare il ROI delle attività e delle campagne social: attività, clic e conversioni

INFO

Materiale didattico: Materiale didattico e relativo prezzo da concordare
Costo materiale didattico: NON incluso nel prezzo del corso
Natura del corso: Operativo (previsti lab su PC)