



DIGITAL STRATEGY | 20 ORE

OBIETTIVI

Il corso verterà principalmente su tre macro-contenuti: Instagram Marketing, LinkedIn Marketing, Facebook Marketing.

Nel primo modulo è previsto un approfondimento per imprenditori, marketer, liberi professionisti e startupper, dipendenti di azienda finalizzato all'apprendimento del social network Instagram come strumento di marketing. Il secondo modulo è finalizzato invece all'apprendimento delle tecniche di marketing più efficaci per avere visibilità e nuovi contatti su LinkedIn, il più famoso social network professionale. Nell'ultimo modulo saranno esposte le modalità ed i vantaggi che può portare un'attività di comunicazione strategica su Facebook a livello d'immagine, di customer care, di fidelizzazione e di acquisizione di nuovi clienti.

METODOLOGIA DIDATTICA

I partecipanti avranno modo di conoscere metodologie e applicativi funzionali alla realtà di riferimento. Saranno inoltre previste esercitazioni e simulazioni gestionali per poter coinvolgere appieno i discenti in formazione.

CONTENUTI

Modulo 1 – Instagram Marketing:

- La storia di Instagram: come è nato e quali feature aggiuntive ha ricevuto col passare del tempo;
- Come portare il proprio profilo al successo;
- Come realizzare immagini e video di qualità;
- Come scegliere un nome utente e un nome completo che si facciano notare;
- Come scrivere una bio efficace;
- A cosa serve un profilo Instagram aziendale;
- Come sfruttare al meglio lo spazio per i link;
- Come scrivere una caption efficace per i propri post;
- Come trovare, scegliere e suddividere gli hashtag per dare ai propri contenuti la massima visibilità;
- Come pubblicare costantemente contenuti di qualità;
- Come funziona l'algoritmo di Instagram;
- Come acquisire nuovi follower usando i set di hashtag, i giveaway e gli shoutout;
- Come acquisire nuovi follower usando tecniche contrarie alla policy: bot, Power Like e Like Bombing;

- Quali sono le caratteristiche delle Instagram Stories, della Instagram TV e dei post sponsorizzati.

Modulo II – LinkedIn Marketing:

- Come è strutturato e come funziona LinkedIn;
- Le tecniche più efficaci per compilare il proprio profilo e creare contenuti;
- Quali sono i 5 livelli di influenza che può avere un profilo su LinkedIn;
- Cosa occorre fare per portare il proprio profilo a un livello di influenza superiore;
- Le azioni chiave per avere successo su LinkedIn, suddivise in 4 aree: Awareness, Interest, Engagement, Conversion;
- Come aggiornare costantemente il proprio profilo e incentivare la condivisione dei propri contenuti;
- Come redigere un piano editoriale efficace su LinkedIn;
- Quali sono le 8 buone norme per promuoversi professionalmente su LinkedIn;
- Qual è l'atteggiamento da adottare in caso di commenti negativi e altre difficoltà;
- Come pianificare la propria strategia di comunicazione su LinkedIn, monitorarla e aggiornarla;
- Come convertire conversazioni online in rapporti tangibili, seguendo persone e tematiche d'interesse in modo da creare un network di professionisti con cui collaborare.

Modulo III – Facebook Marketing:

- Quali sono le differenze tra profili, pagine e gruppi Facebook e come usarli in modo corretto ed efficace;
- Come pubblicare i propri post su Facebook;
- Che differenza c'è tra organico e sponsorizzato;
- Come impostare correttamente una pagina Facebook;
- Come utilizzare al meglio le informazioni contenute negli Insight;
- Quali ruoli esistono nella gestione di una pagina Facebook;
- Come ottimizzare i contenuti su Facebook dal punto di vista grafico;
- Quali sono le strategie più efficaci per comunicare su Facebook;
- Come si redige un buon piano editoriale;
- Come scrivere un post di successo: copy, grafica e call to action (CTA);
- Quali sono i tool più utili per gestire le proprie attività su Facebook da veri professionisti;
- Come funzionano, in generale, le inserzioni su Facebook;
- Che cos'è il cross posting e come si fa;
- Come gestire e moderare un gruppo Facebook;
- Come utilizzare Facebook Workplace per la propria azienda.