

Strategie digitali e social media per sviluppare il business

20 ore

OBIETTIVI



Sfruttare il potenziale di Internet e dei social media per attirare nuovi clienti, aumentare la visibilità e creare relazioni durevoli, è un processo in continua evoluzione che richiede strategia, creatività, costanza e una gestione oculata delle risorse, a partire dalla creazione e gestione di una solida presenza online attraverso un sito web professionale, un blog e profili aziendali sui social media.

Individuare il pubblico target, creare contenuti, interagire sulle piattaforme social, gestire la reputazione online, attivare campagne promozionali e monitorarne le performance le sono competenze necessarie.

CONTENUTI



Marketing, Digital Marketing, Social Media Marketing

Strategia: il Digital Marketing Plan

Social listening e social presence

Che cosa è un piano editoriale sui social

Target, market share, industry: capire il mondo per capire come interagire

Un nuovo approccio ai social network: capirli per saperli usare

Approfondimenti sulle dinamiche di Facebook, LinkedIn, Instagram ecc.

Differenza tra profilo, pagina, gruppo

La scelta della voce: l'identità

Lo stile, il registro, il punto di vista

Social Lab: definizione di un workflow

Interazioni, insights, advertising, monitoraggio dei principali social

Misurare l'investimento sui social: indicazioni e strumenti

Gestione di una pagina con Business Manager

Customer care su social media

Gestione del CRM e fidelizzazione del cliente



CALENDARIO

in via di definizione