LNK-SCR - Scrivere per coinvolgere: fare content marketing senza essere content manager

Linkedin - Linkedin - Content Strategy

Durata:	Lingue:	Certificazione:
3 Giorni	**Italiano**	**-**

Descrizione del corso

Scrivere per convincere, per comunicare all'esterno, per coinvolgere, per costruire credibilità e coltivare relazioni. E ancora, per fare employee advocacy, ovvero per coinvolgere i e le dipendenti nella comunicazione aziendale. Oggi l'azienda non può demandare la propria voce solo all'ufficio comunicazione e marketing: anche chi vende è chiamato a comunicare, anche un manager dell'area R&D, la CFO, l'addetta al customer service, il responsabile della logistica, l'impiegato dell'ufficio HR comunicano. Mettere le persone nelle condizioni di saper creare contenuti e aiutarle a valorizzare ogni comunicazione con l'esterno è importante e distintivo, concorre al posizionamento dell'azienda. A chi si rivolge questo percorso? Commerciali, responsabili di funzione, funzione HR, customer service e tutte quelle persone coinvolte nella produzione di contenuti scritti. A quelle aziende che vogliono valorizzare la comunicazione delle proprie persone e coinvolgerle nella comunicazione corporate fornendo loro le competenze e gli strumenti per farlo nel migliore dei modi. A chi vuole imparare a comunicare e comunicarsi sui social con consapevolezza e attraverso un metodo ad hoc messo a punto per persone che non lavorano nel mondo della comunicazione.

Programma

Identità digitale, personal branding ed employee advocacy: quello che dobbiamo sapere e definire prima di scrivere

- Riconoscere e valorizzare il proprio brand
- Prima di scrivere: contesto e intenzione
- Modulare i contenuti e gli atti comunicativi per risultare credibili e

autentici
• Employee Advocacy e Social Media Policy

Scrivere per coinvolgere: sviluppare contenuti che ingaggiano
• Come si scrive on line e come si scrive sui social?
• Alcune regole per creare contenuti “che si facciano leggere”
• Argomenti, canali, empatia digitale e gestione degli haters
• Parole, ritmo, formattazione, continuità e rilevanza di un testo online
• Il metodo PMP (Percepito – Magazzini – Pianificazione)

Comunicare su LinkedIn: dal profilo ai contenuti
• Usare LinkedIn per generare relazioni
• Linkedin per costruire credibilità professionale e valore per l’azienda

Il percorso alterna momenti di docenza frontale a contenuti multimediali ed esercitazioni.