SMM - Social Media Marketing

ITCore Web - Teorie Web e Progettazione - Content Strategy

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

Descrizione del corso

Il corso si pone l'obiettivo di illustrare i principali scenari e strumenti Social Media attualmente presenti sul mercato e le tecniche primarie di utilizzo a livello privato e aziendale, passando per un'introduzione alle pratiche di progettazione di campagne web e social, e arrivando infine ad una conclusione specifica sui metodi necessari di calcolo di ritorno dell'investimento e analisi dei risultati.

Programma

1. Introduzione al Social Media Marketing
    - Conoscere il mondo del Social Media
    - perchè; esserci sui Social
    - Definire strategie ed obiettivi
    - Buone pratiche e falsi miti sui Social Media
    - Utilizzare le Piattaforme Sociali in modo strategico
2. Facebook
    - Profili, Pagine e Gruppi
    - Guadagnare visibilità con le FanPage
    - Facebook Ads: gli annunci sponsorizzati di Facebook
3. Twitter
    - Il profilo “perfetto’ su Twitter
    - La potenza degli #hashtag
    - Twitter Ads: i cinguettii sponsorizzati
4. GooglePlus
    - Profilo personale e profilo business su Google

- Ottimizzare il proprio profilo
- Cerchie, Hangout e Authorship
- Post Ads: i post sponsorizzati su Google

5. Youtube
   - Introduzione al mondo del video web
   - Il canale Youtube al top
   - La forza del Viral Marketing
   - AdWords: Come fare pubblicità su Youtube
6. LinkedIn
   - Presentarsi su LinkedIn: profili personali e aziendali
   - I gruppi di LinkedIn
   - L'arte di costruire relazioni
   - LinkedIn Advertisement: gli annunci sponsorizzati su LinkedIn
7. Pinterest
   - Come organizzare il proprio profilo Pinterest
   - Pinterest ed e-commerce: un connubio vincente
   - Pinterest Analytics: misurare i Pin
8. Instagram
   - La creazione di valore attorno al brand
   - La forza delle immagini
   - I Visual Socia Media e i Contest
9. Realizzazione di una Campagna Social strategica
   - L'importanza del Piano Strategico
   - Cross Promotion: utilizzo combinato di più canali Social
   - Realizzare una Campagna Integrata e Multipiattaforma
   - Studio ed analisi di casi di successo
10. Reputazione e Social Branding nel web
    - Blog: pro e contro e perchèeacute; aprirne uno
    - Il potere degli Influencer
    - Microblogging: il caso di Tumbrl
    - Pro e Contro del Social Bookmarking
11. Misurare il ROI sui Social Media
    - Definire gli obiettivi strategici
    - Le metriche principali per il monitoraggio delle attività
    - Come valutare una campagna di successo?
    - Tool e strumenti di analisi