
Corso - 18/01/2022

Digital Communication Boss

Competenze sulla comunicazione digitale per il settore machinery

Obiettivi

Il corso tratterà tematiche sulla comunicazione digitale, quali il digital content marketing, la programmazione e pianificazione della comunicazione digitale, il Digital Marketing Direct e l'Email marketing, i canali social. Tutte le tematiche verranno trattate focalizzando l'attenzione sulle caratteristiche della comunicazione nel settore machinery.

Programma

Digital Content Marketing

- Cosa significa fare content marketing
- Le tipologie di contenuto: editoriale, immagini e video
- Creare una strategia basata sui contenuti

Digital storytelling

- Lo storytelling a supporto del content marketing
- Lo storytelling aziendale
- Corporate identity

Web copywriting

- Obiettivo e destinatari del testo
- Testo informativo, testo didascalico, testo emozionale
- L'organizzazione del testo: la piramide invertita
- Copywriting per i social network
- Scrivere per il web e per la SEO

Scrittura persuasiva

- Tecniche di neuromarketing
- Stimolare le emozioni del lettore
- Accompagnare le persone a compiere un'azione

Hashtag e parole chiave

- Cosa sono gli hashtag
- La scelta degli hashtag sui diversi canali social

Foto, immagini, visual e introduzione alla narrazione visiva

Visual Content Marketing

- L'importanza del contenuto visivo
- Visual e brand strategy
- Le diverse tipologie di contenuto visivo: immagini, foto, infografiche
- Le regole base della comunicazione visiva
- Esempi vincenti di visual content marketing

Design per i social media

- Le foto e le immagini nel mondo dei social media
- Meme, trends e instant marketing
- User generated content
- Tipi di file e formati
- App per la fotografia e l'editing delle immagini
- Design delle immagini per l'advertising

Video, video making, animazioni e introduzione alla narrazione video

Video Marketing e Video Strategy

- Perché usare i video per fare marketing
- I trends relativi ai video
- Le diverse tipologie di video
- Video storytelling
- Creare lo storyboard di un video

Video e social media

- Ottimizzare i video per YouTube
- Ottimizzare i video per Facebook e Instagram
- Creare e gestire live e dirette social
- KPI e metriche del video marketing

Strategia e pianificazione della comunicazione digitale: il piano editoriale, dove, quando e perché

La persona al centro: conoscere il target per dargli ciò di cui ha bisogno

- Analisi di posizionamento e brand reputation
- A chi comunichiamo?
- Gli archetipi
- La definizione di buyer personas

Conoscere i competitor analizzando i loro contenuti

- SWOT Analysis
- L'insight dei competitor
- Stile e tono della comunicazione dei competitor

Il piano editoriale

- Che cos'è il piano editoriale
- Il brand
- Competitor e pubblico
- Insight e concept
- Contenuti
- Creare il piano editoriale
- Creare il calendario di pubblicazione
- Tool per la pianificazione dei contenuti

Digital Direct Marketing e Email marketing

Digital direct marketing

- Introduzione al direct marketing online

- La centralità della persona vs il marketing di massa
- Le fasi di una campagna di direct marketing

Promuovere prodotti e servizi tramite campagne di Email Marketing

- Cosa è il Direct Mailing e quali sono i principali vantaggi
- I KPI di una campagna di Direct Mailing
- L'importanza di sender, subject e creatività in una campagna di Direct Mailing
- La qualità del database e la profilazione degli utenti
- Come ottimizzare una creatività: esempi di A/B test
- La scelta della piattaforma
- La scelta dei partner

Comunicazione Digitale: i canali social

Introduzione a Facebook

- Facebook: numeri e tendenze
- Il sistema Facebook
- L'algoritmo di Facebook: conoscerlo per creare una strategia vincente
- Profilo vs pagina aziendale

La Facebook for business

- Ottimizzare e gestire una pagina Facebook
- Contenuti e piano editoriale
- Facebook Creator Studio
- Facebook shops: vendere su Facebook
- Gli eventi di Facebook: come organizzarli, promuoverli e gestirli
- Facebook insight

Instagram for business (cenni)

- Funzionalità e ottimizzazione del profilo
- L'algoritmo di Instagram
- Contenuti e hashtag
- Storie, IGTV e dirette
- Instagram reels
- Instagram shop
- Statistiche e app esterne

Tik Tok (cenni)

- Tik Tok nel mondo e in Italia
- Cos'è Tik Tok
- L'algoritmo e la struttura
- L'editing video
- I formati pubblicitari
- Case history di successo

LinkedIn per il Personal Branding

- Introduzione a LinkedIn: il principale social network professionale
- Creazione e ottimizzazione del profilo
- La rete dei collegamenti e gli inviti personalizzati
- Creazione, pubblicazione e ottimizzazione dei contenuti
- Come sviluppare l'engagement su LinkedIn
- LinkedIn Pulse
- L'email marketing di LinkedIn: gestire le comunicazioni INMail

LinkedIn for Business

- Le pagine LinkedIn: creazione e ottimizzazione
- Il piano editoriale e le diverse tipologie di post
- Cos'è il social selling
- Account gratuito e a pagamento
- LinkedIn Sales Navigator

Twitter for Business

- Numeri e tendenze
- Il linguaggio di Twitter
- Creazione e ottimizzazione del profilo
- Trending topics
- Twitter per le aziende
- Statistiche e Ads

La messaggistica istantanea nel rapporto con il pubblico

- La Brand Identity: comunicala efficacemente
- La community: l'importanza di generare relazioni
- Messenger e WhatsApp: le automazioni per essere sempre efficaci
- Utilizzare Telegram per informare la community

Tutto il percorso vedrà co-docenze con esperti di settore

I docenti:

Marco Gherardi: Fondatore di una conosciuta Internet company, le sue specializzazioni sono la consulenza aziendale, il web e mobile marketing a 360°, le attività specializzate di advertising online e lo sviluppo di business online.

Alberto Grossi: Consulente che dà voce alle imprese con la creazione contenuti digitali premium come video storytelling, siti web e testi creativi.

Davide Morante: Consulente in social media marketing, aiuta le aziende a trovare il giusto posizionamento all'interno dei social network, affinché comunichino in modo efficace con il proprio target.

Gian Luca Fariselli (Esperto di settore): specialista in comunicazione e marketing, con un'importante esperienza presso aziende di grandi dimensioni del settore machinery (SCM Group, IMA Spa)

Enrico Bertoni (Esperto di settore): specialista in web marketing, consulente di piccole, medie e grandi aziende del settore machinery per progetti di comunicazione, branding, rebranding digitale.

Durata

44 ore

Quota di adesione:

2.250,00 € + IVA a persona per le aziende associate

2.500,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

18/01/2022 09.00-13.00 - ONLINE

25/01/2022 09.00-13.00 - ONLINE

27/01/2022 09.00-13.00 - ONLINE

01/02/2022 09.00-13.00 - ONLINE

08/02/2022 09.00-13.00 - ONLINE

10/02/2022 09.00-13.00 - ONLINE

15/02/2022 09.00-13.00 - ONLINE

22/02/2022 09.00-13.00 - ONLINE

24/02/2022 09.00-13.00 - ONLINE

01/03/2022 09.00-13.00 - ONLINE

03/03/2022 09.00-13.00 - ONLINE

Allegati

[» Brochure percorso](#)



è un marchio di S.A.L.A. Srl a Socio Unico - Via Fossa Buracchione 84 - 41126 Modena(MO) - Tel: 059 512 108