

Sardegna2.0 presenta

Social Media Marketing 2013

Capire, interpretare e utilizzare i Social Network: una corretta comunicazione sui Social Media passa attraverso la comprensione delle dinamiche interne delle varie piattaforme, fino alla loro declinazione all'interno di una digital strategy studiata con azioni e obiettivi mirati.

Avere successo sui Social Media significa per qualunque realtà avere visibilità presso un pubblico di clienti reali e potenziali: un'opportunità da non farsi scappare.



Davide Licordari

Social Media Strategist / Esperto di comunicazione sul web e di Pubbliche Relazioni Digitali / www.davidelicordari.com

Programma

Durante il corso, della durata di tre giorni, verranno affrontate tutte le fasi che portano alla definizione di una digital strategy applicata ai Social Media: dall'analisi delle caratteristiche dei principali social network, passando per l'approfondimento delle best practice a livello nazionale e internazionale in vari ambiti. Dall'analisi si passerà poi all'azione: studieremo insieme tutto ciò che c'è da sapere per mettere a punto una comunicazione efficace sui social network di riferimento al fine di raggiungere gli obiettivi della propria azienda. Si passerà infine all'azione con le esercitazioni di gruppo che serviranno a mettere in pratica gli argomenti trattati e a comprendere sul campo quali siano le carte giuste da giocare per avere successo sui social media.

Day 1

- > Social Media Revolution: i social media sono tra noi, siamo noi
- > Facebook e i suoi fratelli: capire l'essenza dei social network
- > L'importanza di Digital Pr e Adv
- > I social media all'interno della comunicazione online di un brand
- > Top e Flop: storie di grandi successi e pessimi esempi di social media marketing
- > Esercitazione: qual è il social network che fa per te?

Day 2

- > Facebook: creare e gestire la tua pagina brand
- > Facebook: come promuovere la tua presenza
- > Come coinvolgere la tua community per raggiungere i tuoi obiettivi
- > Google Plus: analogie e differenze rispetto a Facebook
- > Case Studies di community management virtuoso
- > Impostare un piano editoriale per i social network: cosa, come e perché
- > Esercitazione: messa a punto di un piano editoriale strategico

Day 3

- > Twitter: essere interessanti in 140 caratteri. Una sfida da vincere
- > Instagram e Pinterest: potere alle immagini
- > Foursquare e LinkedIn: per alcuni ma non per tutti
- > Case studies di strategie virtuose
- > Misurazione dei risultati: gli strumenti a disposizione
- > Esercitazione: progettare una social media strategy a 360 gradi

DOCENTE

Davide Licordari è Social Media Strategist presso l'agenzia Seolab di Torino, esperto di comunicazione sul web e di Pubbliche Relazioni Digitali, blogger.

Ha curato la Social Media Strategy per aziende di vario genere, dal fashion (Benetton e Sisley) al tech (Hp Italia), dal food (Panino Giusto, Eataly) al classified (Bakeca.it), dallo sport (RCS Basket) al cinema (Torino Film Festival).

È convinto che la comunicazione sui social media debba essere semplice, diretta ed empatica nei confronti degli utenti.

Autore di www.davidelicordari.com, blog dedicato al mondo dei Social Media.

Twitter addicted, lo trovate in versione seria e professionale come @davidelicordari e in versione satirica come @twitstupidario. Ha ideato e organizzato i TweetAwards, il maggior evento in italiano dedicato al mondo di Tweeter

Obiettivi:

- > Comprendere le dinamiche dei social media
- > Conoscere le possibilità di marketing e comunicazione offerte
- > Mettere a punto una social media strategy efficace
- > Prevedere e comprendere i risultati

Destinatari:

Il percorso è rivolto alle piccole e grandi imprese, ad aziende ed enti pubblici, alle agenzie ed ai professionisti del marketing e della comunicazione che necessitano di aggiornamento e specializzazione professionale su modelli, tecniche e tecnologie necessari ad affrontare in maniera strategica la comunicazione sui social media.

O ancora, a studenti universitari e studiosi del settore.

Orario e frequenza

L'attività didattica si svolgerà da venerdì 24 a domenica 26 maggio orario 10 - 18

Sede

Le lezioni sono ospitate da **Open Campus**, l'ecosistema dell'innovazione powered by **Tiscali**, Località Sa Illetta, Cagliari

La quota di partecipazione

è pari a 600 euro (l'iva non è dovuta). Il corso verrà realizzato al raggiungimento di un numero minimo di 13 partecipanti. I candidati potranno inviare richiesta di iscrizione entro il 15 maggio 2013, unitamente a un profilo o a un curriculum vitae all'indirizzo e-mail info@sardegna20.com

Le richieste di partecipazione verranno valutate secondo il profilo dei candidati e saranno considerate confermate solo al momento dell'avvenuto pagamento. Al fine di garantire un'omogeneità dell'aula, l'organizzazione si riserva di valutare i candidati attraverso un colloquio di approfondimento, anche telefonico.

La priorità di partecipazione sarà determinata in base alla data di arrivo della scheda di iscrizione, compilata in ogni sua parte e inviata a Sardegna 2.0, previa scansione, per e-mail all'indirizzo info@sardegna20.com oppure via fax al numero 079 9570695

Early booking e sconti speciali

Acquistando il corso entro il 15 aprile 2013 sarà possibile usufruire di una riduzione a 480 euro anziché 600 euro.

Lo stesso sconto del 20% è previsto anche per iscrizioni multiple (ad esempio 2 o più dipendenti di una stessa azienda/ente).

Modalità di pagamento

Bonifico bancario.

Scarica la scheda di iscrizione

Gli organizzatori

Sardegna2.0 è un network di liberi professionisti, imprenditori, studenti, ricercatori e persone che hanno a cuore l'innovazione. Un network che organizza una serie di eventi promossi dal basso, dalla rete, dalle persone che tutti i giorni fanno il proprio lavoro con passione. È nato con l'obiettivo di rilanciare il territorio sardo attraverso la produzione di nuove idee di business.

Info di contatto: referente per Sardegna 2.0

Alessandra Polo (+39) 339 6740565

www.sardegna20.com

info@sardegna20.com



Attestato di frequenza

Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione.

persone
che cambiano
il territorio