

Il Social Marketing applicato alle aziende.

5 Aprile 2013 docente: Giovanni Frenda

14:30/18:30

- Concetto di Social Marketing, differenza tra marketing e Social Marketing.
- Passaggio da "consumatore" a "prosumer", diversificazione di ruolo.
- Brand Identity e diversità tra Social Media e media tradizionali.
- Buzz e potere del passaparola.
- Perché usare i Social e come iniziare una strategia di Social Marketing.
- Promuovere un'azienda o se stessi: Brand Reputation.
- Le regole del Social Marketing.
- Ascolto Online: ascoltare la rete.
- L'universo dei Social, difformità, analisi dei diversi Social e loro utilizzo, impossibilità di ignorare il Social Marketing.
- Strategia di comunicazione integrata, definizione del piano editoriale.
- Esempi e casi di successo.

12 Aprile 2013 docente: Giovanni Frenda

14:30/18:30

- Concetto di Brand Reputation e utilizzo dei Social network
- Strumenti per individuare l'immagine della propria azienda percepita in internet tramite l'ascolto della rete.
- Misurare il tasso del "passaparola" della clientela
- Realizzazione di un piano di branding aziendale.
- Come usare le diverse pagine aziendali sui Social Network (Facebook, Twitter, Google Plus, Pinterest, ecc.) per promuovere l'immagine e il business della propria azienda.
- Utilizzo dei Social Network più frequentati.
- Monitorare, gestire e utilizzare strategie correttive in caso di problemi di reputazione.
- Casi aziendali.

10 Aprile 18:30/22:00 docente: Davide Lugli

Il valore del proprio dominio e marchio online, come difendersi come prevenire problemi.

Qualsiasi attività online è associata ad un dominio di riferimento. Esistono domini di 2 livello, di terzo, quarto. E' meglio un dominio di proprietà o entrare in un network già consolidato? Quali sono i principali strumenti e enti di tutela e prevenzione del marchio? Se mi copiano l'idea? I testi? il logo?

- Domini, server, farm e registro delle TLC italiano
- L'importanza del nome nel Web
- Strumenti per la gestione e il mantenimento del proprio dominio
- Acquistare, vendere, trasferire domini e risorse online
- Copyright online strumenti e diritti
- Essere il primo. La comunità e i motori di ricerca premiano contenuti originali e li tutelano
- Casi reali di studio
- Domande&Risposte

17 Aprile 2013 docente: Davide Lugli

18:30/22:00

Fare Business sul Web. Gli strumenti a "costo zero"

Gli strumenti a disposizione da Shopify a Wordpress, dalla scoperta della grafica ai sistemi di misurazione.

- Lo strumento sul Web è replicabile, il suo costo tende a zero
- Risorse per i blogger & magazine
- Risorse per le aziende & start up
- Risorse per privati e professionisti
- Ogni cosa al suo posto: dove trovare quello che ci serve online
- Ogni cosa al suo posto: condividere risorse & cloud
- Vendere online
- Promuovere eventi
- Oggi è già domani, come si sta spostando il Web e come anticipare il trend
- Domande&risposte

22 Aprile 2013 docente: Davide Lugli

18:30/22:00

Misurarsi per migliorare gli obiettivi

Sul Web tutto è misurabile, dal singolo clic alla condivisione. Questo è uno dei principali motivi per cui i media stanno convergendo rapidamente verso il Web e molti mestieri stanno scomparendo o trasformandosi.

Ogni attività online può quindi essere utilizzata per migliorare le performance del proprio business.

- Viste e conversioni, i dati che contano.
- Gli strumenti di misurazione online per sito Web e social network
- Impostare e utilizzare correttamente Google Analytics
- Gli strumenti per prendere decisioni online, trend e valore.
- Il valore della pubblicità, come si pianifica e gestisce una campagna efficace
- Casi di studio reali
- Domande & Risposte

19 Aprile 2013 docente: Giovanni Storchi

16:00/19:00

Rapporto banche/impres