

CORSO SOCIAL MEDIA PER ADSI

Corso base – modulo 16 ore

Primo giorno

Internet e i social network

- Il mondo Internet e la sua evoluzione (Scenario)
- Dalla comunicazione 1.0 a quella 3.0
- Il mondo dei Social Media (Scenario)
- Personal branding & Reputation Management

Facebook

- Creazione profilo e pagina

Secondo giorno

Conoscere il motore di ricerca: dal posizionamento organico (SEO) all'advertising online

- Come funziona il motore di ricerca?
- Google e la sua evoluzione al mobile
- Le nozioni da conoscere sui principali motori di ricerca esteri

Terzo giorno

Facebook

- Come scrivere e interagire
- Come analizzare i risultati di comunicazione
- Esempi pratici ed epic fails

Instagram

- Creazione profilo, cosa e come comunicare
- L'importanza delle immagini
- Gli Instagrammers e gli influencers
- Esempi pratici

Quarto giorno

-Google Analytics

-Tools e strumenti utili

*ESERCITAZIONI PRATICHE E RISPOSTE A QUESITI DEI PARTECIPANTI (RACCOLTI
ENTRO IL TERMINE DEL TERZO INCONTRO)*



Corso avanzato – modulo 16 ore

Primo giorno

Internet e i social network

-Scenario web e Social Media

Facebook

-Profilo e pagina: i trucchi per renderli più performanti

-Come scrivere e interagire su Facebook.

-Strumenti di planning e analisi Social: Facebook Insights e Facebook Business

-Facebook ads, come sfruttarli al meglio grazie a Audience Insights e Pubblico Personalizzato

-Case history ed epic fails

Secondo giorno

Conoscere il motore di ricerca: dal posizionamento organico (SEO) all'advertising online

-Come funziona il motore di ricerca?

-Google e la sua evoluzione al mobile

-Le nozioni da conoscere sui principali motori di ricerca esteri

Le basi della Search Engine Optimization

-I diversi tipi di fattori che regolano la visibilità organica

-Come scrivere contenuti interessanti per l'utente e facilmente indicizzabili da Google: dalla keyword strategy all'uso delle immagini

SEO off page: linkbuilding e reputation

-Che cos'è il linkbuilding? Come costruire una strategia per migliorare la nostra reputazione e il nostro posizionamento online.

-Basi di Google Analytics e Google Search Console, gli strumenti per conoscere il comportamento degli utenti sul nostro sito web.

Terzo giorno

Instagram

- L'importanza delle immagini per veicolare emozioni e avvicinare il target potenziale
- L'account Business: cosa e come comunicare, come monitorare la performance
- Le stories e le dirette live
- Gli Instagrammers e gli influencers
- Case History

Quarto giorno

SEA: l'advertising online

- Cos'è il Search Engine Advertising?
- Quando usare gli annunci?
- Esempi pratici di annunci nel settore dell'accoglienza e del turismo

Conoscere Google Adwords per fare pubblicità on line

- Introduzione alla piattaforma: cosa occorre per aprire un account su Adwords?
- Le logiche dell'annuncio: dalla scelta delle parole chiave al copy, dal targeting alla strategia di bid
- Come misurare i risultati di una campagna su Google Adwords

Laboratorio pratico: scriviamo insieme un annuncio per il motore di ricerca

Docenti:

Dott. Francesco Fiore, professionista del mondo della comunicazione, Social Media Manager per alcune aziende e associazioni, web editor.

Docente e formatore aziendale in ambito web marketing, Social Network e tecniche di comunicazione.

Membro della giuria del premio tecnico della pubblicità.

Dott.ssa Doris Zaccaria, formatrice, consulente e giornalista pubblicitaria.

Dal 2009 si occupa di comunicazione online, con particolare attenzione alle tematiche della Search Engine Optimization (SEO) e del Search Engine Marketing (SEM).

Ha coordinato campagne elettorali digitali e lavorato per un'importante società di e-commerce.

Assistente al Parlamento Europeo, redattrice su testate online specializzate