

FREEDATA LABS FORMAZIONE SOCIAL MEDIA MARKETING



Il servizio Freedata Labs che abilita le risorse aziendali che si occupano di marketing, marketing digitale e social media ad un uso consapevole dei social media e degli strumenti di Web Monitoring e fornisce gli elementi di base per valutare il corretto inserimento dei social media nel marketing mix.

CHE COS'È

\\ I social media e le tecnologie mobili (come smartphone e tablet) hanno rivoluzionato il modo di comunicare dei consumatori e di accedere alle informazioni.

\\ Il cambiamento è profondo e non si tratta di una moda passeggera. Le nuove generazioni utilizzano espressioni come “Ci vediamo su Facebook” per indicare il loro luogo di incontro. Per molti la parola Facebook è sinonimo di Internet e la pagina di apertura del browser spesso non è più Google, ma Facebook. I consumatori ricevono informazioni da Facebook (“L’ho letto su Facebook”) e dagli altri social network che frequentano: non è l’utente che ha cercato la notizia, è la notizia che ha trovato l’utente attraverso le condivisioni dei propri contatti online.

\\ Per i direttori marketing è fondamentale capire come rendere visibile il proprio brand o i propri prodotti/servizi nei social media, luoghi dove gli utenti navigano con scopo ludico (Facebook), per informarsi e commentare notizie (Twitter) o per ragioni professionali (LinkedIn).

\\ Per le figure dirigenziali è importante pensare strategicamente alla propria presenza nei social media oltre che alla presenza del proprio brand, valutando con attenzione gli obiettivi, le opportunità e i rischi.

\\ Non esiste una ricetta valida per tutti. Esiste invece la possibilità, per tutti, di trovare la propria via per integrare i social media nel proprio marketing mix. Sia per i brand B2B che per i brand B2C.

\\ Lo scopo dei corsi proposti da Freedata Labs è fornire ai partecipanti gli elementi che permettano loro di trovare il proprio percorso verso i social media dopo aver ascoltato in rete le conversazioni delle persone e avere appreso i contenuti di cui parlano in relazione al contesto del brand e/o prodotto/servizio.

\\ I principali temi che vengono trattati sono:

- panoramica sui social media più utilizzati in Italia: a chi si rivolgono e quali obiettivi soddisfano;
- come elaborare il piano strategico di social media marketing e il piano editoriale per ciascun social network;
- come gestire una community online;
- le caratteristiche tecniche e le funzionalità di Facebook, Google+, Twitter, Pinterest;
- come utilizzare blog, LinkedIn, Slideshare, YouTube;
- come i social media si integrano con il marketing più tradizionale e con una comunicazione digitale a 360°;
- il coinvolgimento delle risorse umane dell’azienda per una strategia di successo;
- strumenti avanzati per l’analisi delle conversazioni;
- misure e tecniche di Web Monitoring;
- esempi di executive summary a seguito di attività di Web Monitoring;
- esercitazioni in aula;
- casi di studio.

UNICITÀ

I docenti Freedata Labs partecipano quotidianamente all'elaborazione delle strategie sui social media, alla gestione dei blog, delle pagine Facebook e dell'account Twitter, LinkedIn, ...dei clienti per i quali gestiscono le community online e analizzano le conversazioni che avvengono in rete sui loro brand. Hanno un'esperienza accademica d'insegnamento consolidata.

I corsi hanno dunque un taglio molto pratico e orientato a fornire strumenti, suggerimenti e consigli concreti.

VALORE

Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito:

- Una conoscenza completa dei principali social media in Italia;
- Gli strumenti per identificare i canali più rilevanti per il proprio ambito di attività, i propri obiettivi ed il proprio pubblico;
- Le informazioni di base per moderare le pagine/profili per i propri brand o prodotti con focus sulla gestione delle crisi;
- La capacità di fare monitoring della rete identificando le conversazioni rilevanti per il proprio brand e la conoscenza completa degli strumenti di ascolto "free" e professionali disponibili e sulle modalità per un loro corretto utilizzo.



Perché ci interessano i social media?

Social Media Revolution 2011
www.youtube.com/watch?v=GaZyUeQzpbk

"We don't have a choice on whether we DO social media, the question is how well we DO it."
- Bill Gates

I numeri dei Social Media in Italia

L'84% dei navigatori italiani visita Social Network e blog.
Gli italiani trascorrono 1/3 del tempo online sui social network.

Inoltre:

- 1 Blog
- 1 Microblog: Twitter
- 1 Social network: Facebook, Netlog, MySpace, Google+
- 1 Social Sharing: YouTube, Flickr, SlideShare, Delicious
- 1 Business Social Network: LinkedIn, Viadeo
- 1 Forum, Newsgroup
- 1 IM: Messenger, Skype
- 1 Wiki: Wikipedia
- 1 Social shopping (es. Ciao.it, Tripadvisor)
- 1 Social answer (es. Yahoo! Answers)
- 1 Aggregatori (es. Friendfeed)

PER INFORMAZIONI E APPROFONDIMENTI:
Raffaella Pierpaoli - Social Media Manager
raffaella.pierpaoli@freedatalabs.com



Freedata srl
via Stradivari, 4
20131 Milano
Tel.: 02 36215201
Fax: 02 26142152

freedatalabs.com
facebook.com/freedatalabs
twitter.com/freedatalabs