



# DIRE, FARE, COMUNICARE

I social come strumento  
di sviluppo personale ed aziendale



24 ore

Termine iscrizioni: 10/01/2019

# DIRE, FARE, COMUNICARE



## GLI OBIETTIVI DEL CORSO

- Fornire gli strumenti e le conoscenze necessarie per utilizzare correttamente i social media per la comunicazione di impresa
- Utilizzare nuovi canali per promuovere e fornire servizi alla clientela
- Consolidare l'autorevolezza e la propria presenza online

## CHI PUÒ PARTECIPARE?

- Liberi professionisti
- Imprenditori
- referenti della comunicazione per d'impresa
- Tutti coloro che vogliono conoscere meglio i social media

## SEDE DI SVOLGIMENTO

IRECOOP Emilia-Romagna, sede di Forlì  
viale Italia, 47 - Forlì

## IL DOCENTE

**Enrico Samorì:** Copywriter, giornalista pubblicitario iscritto all'Ordine dell'Emilia Romagna, fotografo, specialista nei social media, pubbliche relazioni. Presidente di Archimedia Società Cooperativa.

## COSTO

€ 240,00 esente iva

(Il pagamento della quota dovrà avvenire prima dell'inizio del corso quando verrà confermato da IRECOOP l'effettivo inizio delle lezioni)

Il corso si svolgerà da gennaio a febbraio 2019 e ha una durata di 24 ore:

- mercoledì sera (20.30-22.30)
- sabato mattina (09.00-13.00)

Nelle seguenti date:

- 16, 19, 23, 26 gennaio 2019 e
- 6, 9, 13, 16 febbraio 2019

## ATTESTATO

Attestato di frequenza

## INFORMAZIONI ED ISCRIZIONI

Le manifestazioni di interesse dovranno pervenire **entro il 10/01/2019** sull'apposito modulo e potranno essere consegnate, complete della documentazione richiesta, di persona oppure tramite fax o mail.

Per iscrizione ed informazioni contattare il coordinatore del corso:

**FRANCESCO PACE**

Tel 0543/370671; fax 0543/24282  
pacef@irecoop.it



## I CONTENUTI DEL CORSO

Quadro generale sulle piattaforme social digitali, con focus su quelle più utilizzate e differenziate per settore di competenza e fruitori:

- **Come sono cambiati gli strumenti di promozione a supporto del business**, dal PC agli smartphone, e come è cambiato il nostro modo di vedere le cose
- **Le imprese sono utenti o attori?**

### FACEBOOK

- profilo / pagine/ community... come scegliere e quali caratteristiche hanno
- Il target di riferimento
- Come costruire e gestire l'engagement

### LINKEDIN

- La struttura
- Il tipo di fruitori
- Il linguaggio

### GOOGLE

- Chi è Google oggi e cosa fa
- Cos'è il my business
- Youtube un mondo di informazioni video
- Come funziona Google Adwords

### INSTAGRAM

- Come funziona?
- Il pubblico dei fruitori e il trend
- Le evoluzioni: dalle foto alla TV
- Come si sta su Instagram

### WHATSAPP

- Uno strumento di messaggistica con cui si può anche lavorare
- Le funzionalità
- Esempi eclatanti
- Whatsapp per web

- **Reportistica, dati e leggere la realtà** (insight, analytics ecc.)
- **Media strategy**: come funziona e come si costruisce
- **Contenuti per il web e pianificazione editoriale**
- **Le regole per realizzare contenuti efficaci**
  - Le differenze tecniche (dalle misure di layout alle visualizzazioni sui social)
- **La scrittura per il web**
- **Come promuovere i contenuti online**
  - Sponsorizzazioni facebook / instagram
  - Sponsorizzazioni Google
  - Sponsorizzazione linkedin
- **La gestione dei conflitti e le criticità** (il fenomeno degli haters – fake news – terrapiattisti)
- **Digitale vs analogico**: scegliere solo un format o integrare la comunicazione?
- **Gli scenari a cui assisteremo** (la realtà aumentata – geolocalizzazione- l'internet delle cose)
- **Cenni di marketing esperienziale applicati ai social**
- **Glossario essenziale sui termini dei social**