

## Introduzione al Social Media Marketing

ROMA 29 ottobre 14.30 - 18.30

L'obiettivo di questo intervento formativo è quello di **fornire un panorama sul cambiamento apportato dai Social Media alle strategie marketing** e descrivere le diverse opportunità che si presentano alle aziende in un contesto in continua evoluzione tecnologica e di rottura con i modelli organizzativi tradizionali.

### Obiettivi

- Descrivere evoluzione e caratteristiche del Web.
- Comprendere le potenzialità per il marketing digitale offerte dai nuovi strumenti, valutarne costi, benefici ed ambiti di applicazione.
- Conoscere le dinamiche di relazione, i nuovi modelli di business e i casi di successo nel mondo del web e dei Social Networks.
- Essere aggiornati sulle possibili opportunità che si presentano all'azienda per accrescere la visibilità, sviluppare nuovi mercati, monitorare e migliorare la propria reputazione online.
- Esaminare diversi modelli di business e casi di successo in ambito Marketing tramite Social Media.
- Conoscere le nuove figure professionali del social Web

### Contenuto

- Social Networks: luoghi comuni, falsi miti e...realtà
- La crescente importanza dei Social Media per le aziende
- Strategie di utilizzo dei Social Media nel business
- Panoramica dei principali strumenti a disposizione (blogs, LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+, YouTube)
- Nuove tendenze e piattaforme: visual storytelling, content curation e Instant Messaging (Instagram, Pinterest, Scoop.it, WhatsApp, WeChat, etc).
- Casi di successo in Italia e nel mondo
- 

### A chi è rivolto

Figure professionali con competenze lavorative o accademiche in area IT, Marketing, Comunicazione, da avviare a posizioni di *Web Marketing Specialist*, *Social Media Analyst*, *Social Media Manager*, *Content Manager*, *Community Manager* presso un'azienda, o interessati ad intraprendere un'attività autonoma in area Web.

### **Docente**

Roberto Grossi è un business e social media consultant, con oltre 25 anni di esperienza nello sviluppo commerciale di prodotti e servizi maturata in ambito nazionale ed internazionale in aziende di primaria importanza nel proprio settore merceologico. Nel corso della sua carriera professionale ha partecipato con successo ad iniziative e progetti innovativi, contribuendo alla selezione, formazione e gestione di personale delle funzioni Marketing e Vendite, nei settori IT, telecomunicazioni e finanza. La sua conoscenza del mondo ICT e dei Social Media, unita ad una consolidata esperienza in ambito marketing e vendite, ne fa un interlocutore particolarmente qualificato a promuovere, con la necessaria sensibilità commerciale ed attenzione alla cultura aziendale, l'integrazione degli strumenti di marketing digitale all'interno delle organizzazioni.

### **Attestato di partecipazione (su richiesta)**

### **Costo**

euro 200,00 Iva inclusa

sconto 10% per abbonati CMI Customer Management Insights

sconto 20% dal secondo iscritto appartenente alla stessa organizzazione

ISCRIZIONI <http://www.cmimagazine.it/4548-introduzione-social-media-marketing/>