

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/>