

FACEBOOK, LINKEDIN, ISTAGRAM MARKETING

OBIETTIVI

Il corso vuole fornire gli strumenti per la gestione di una pagina aziendale al piano editoriale, fino alle campagne pubblicitarie, una panoramica completa sui due social network più frequentati dagli utenti.

DESTINATARI

Responsabile Marketing, Addetto Marketing, Addetti ufficio stampa, Addetti area digitale, Responsabile area digitale, Responsabile comunicazione.

CONTENUTI

• FACEBOOK

Il ruolo di Facebook nella strategia web; Introduzione agli strumenti di Social Media; Come ottimizzare la pagina Facebook aziendale; Come funziona l'algoritmo di Facebook; Facebook Graph Search; Calendario Editoriale; Come e cosa pubblicare sulla pagina Facebook: a caccia del post perfetto; Crisis Management; Leggere i dati statistici: gli Insights; Come funziona Facebook Ads; Account pubblicitari, campagne; Adset e Ads, Formati, obiettivi, metodo di acquisto e bidding; Facebook Audience Insights; Targeting e pubblico: Core Audience, Custom Audience e Lookalike, Facebook Pixel, Retargeting, Elementi di una campagna Facebook di successo, Lead Generation: strategie per acquisire lead vendere con Facebook, Formati 100% mobile

• INSTAGRAM E LINKEDIN

Come funziona Instagram; Perché avere un profilo business; Come si utilizzano i filtri; Quali e quanti hashtag utilizzare; Come fare marketing su Instagram; Instagram Stories; Instagram Shopping; Monitoraggio e lettura statistiche; Campagne pubblicitarie con Instagram Ads

Come definire la tua strategia su LinkedIn; Ottimizzare il profilo personale; Definire il piano di content marketing; Gestire le fasi di ricerca e contatto diretto dei prospect; Come utilizzare le diverse modalità di ricerca; LinkedIn Premium; Sales Navigator; Campagne pubblicitarie con LinkedIn Ads

DOCENTE

Michael Vittori - Consulente Web Marketing e Formatore, Consulente di Web Marketing e Formatore specializzato in Advertising su Facebook e Google AdWords, SEO e SEM. Laureato in Storia Contemporanea all'Università di Lettere di Bologna, ha collaborato con diverse testate nazionali, ottenendo nel 2013 l'iscrizione all'Albo dei Giornalisti pubblicitari. Google Partner certificato, collabora dal 2008 con aziende italiane ed internazionali, con focus nel settore turistico ed ecommerce.

DURATA E ORARI

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 22 e 28 febbraio

PARMA, 13 e 20 marzo

BOLOGNA, 25 gennaio e 1 febbraio

RAVENNA, 27 maggio e 3 giugno

RIMINI, 7 e 14 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5