

“LA COMUNICAZIONE AZIENDALE SUI SOCIAL NETWORK E LE LINEE GUIDA PER I DIPENDENTI”

Tra tutti gli strumenti del web, i social media nello specifico, hanno acquisito nel corso del tempo un ruolo predominante quali mezzi di comunicazione adoperati dalle aziende per imporsi all'interno di un mercato estremamente competitivo.

Tuttavia, i social al pari di qualsiasi veicolo idoneo a rendere pubblico un concetto e, raggiungendo una platea potenzialmente indeterminata di utenti, rischiano di tramutarsi in un boomerang per le società che ne facciano un uso scorretto, per il tramite di collaboratori e dipendenti.

Infatti, è ormai risaputo come spesso, l'utilizzo incauto dei social media da parte dei di questi ultimi, provochi lesioni particolarmente rilevanti per la reputazione aziendale.

I rischi che derivano dall'utilizzo improprio del web possono essere affrontati, arginati nonché addirittura prevenuti dall'impresa, attraverso l'adozione di una social media policy efficiente, che monitori ed integri i diversi aspetti relativi all'utilizzo dei social, non solo nel contesto aziendale, ma anche nella sfera personale dei dipendenti e sempre nel rispetto della loro privacy.

Infatti, come si avrà modo di analizzare durante il presente corso, un'ottima reputazione aziendale sul web e la sua conseguente tutela, incidono imprescindibilmente sul valore economico sia dell'azienda che del suo prodotto.

Obiettivi

- l'importanza di una web reputation aziendale solida nonché il valore economico della stessa;
- gli strumenti posti a tutela dell'azienda;
- l'importanza di una comunicazione aziendale efficace con dipendenti e collaboratori per la sensibilizzazione sull'utilizzo dei social media;
- la necessità di una social media policy efficace, il suo contenuto fondamentale e i benefici per l'azienda;
- le funzioni e l'utilità della social media policy;
- la figura dell'Influencer marketing e le sue implicazioni nel contesto aziendale;
- il monitoraggio delle attività relative all'azienda, ma fuori dal diretto controllo aziendale;
- l'automatizzazione dei processi aziendali e il maggior controllo possibile delle conseguenze aziendali sul mercato;
- L'analisi del proprio futuro aziendale tramite la raccolta, la gestione e l'elaborazione dei dati per una migliore comprensione dei trend futuri di mercato e delle opportunità di crescita attuali.

Destinatari

Il corso sarà rivolto a Manager, funzionari Marketing e Comunicazioni, Digital Communication, rappresentanti Affari Legali e Regolatori

Contenuti

- Il valore economico della *web reputation* per l'azienda
- La formazione della reputazione digitale
- La sua implementazione
- I possibili danni
- Come tutelare la propria *web reputation*
- Le potenzialità dei *social network*
- Account personali e aziendali
- Cos'è la *social media policy* e perché è importante
- Perché l'azienda deve dotarsi di una *social media policy* efficace
- Contenuto e struttura
- Come formare i dipendenti
- La violazione della *social media policy* e le sue conseguenze
- La raccolta ed elaborazione dei dati, quale vantaggio competitivo determinante;
- Il monitoraggio delle attività social relative all'azienda ma non sotto il suo diretto controllo;
- L'automatizzazione dei processi aziendali e il monitoraggio dei risultati;
- La migliore gestione del proprio team marketing per l'ottenimento di migliori risultati;
- La creazione di una Community sui social, come veicolo di promozione aziendale;
- sociali, quando quei cambiamenti è certo che diventeranno materia di legge.

Docenza

Ester Viola è un avvocato e una giornalista. Lavora per lo Studio Mascheroni & Associati, specializzato in diritto d'impresa, diritto del lavoro e privacy. I nostri studi di settore ci consentono supportare la crescita delle aziende, elaborare progetti e riuscire a proporre nuovi sistemi formativi per aumentare l'efficacia del nostro intervento e costruire insieme ai clienti un modello di business che sia moderno, sappia riconoscere ogni nuova esigenza di mercato e anticipare le soluzioni che rispondono a cambiamenti sociali, quando quei cambiamenti è certo che diventeranno materia di legge.

Francesco Folloni, laureato in economia e specializzato in strategie commerciali e marketing Specializzato nell'automazione dei business tramite risorse e strategie aziendali, ha raccolto su tali

tematiche una community LinkedIn di 27.500 imprenditori e liberi professionisti, diventando LinkedIn Coach di OSA, e nel 2021 ha lanciato il suo progetto tecnologico innovativo NetsBusiness, la Piattaforma di Marketing Automation in lingua italiana in grado di fornire ad imprese e liberi professionisti tutti gli strumenti e la formazione per la digitalizzazione aziendale.

Calendario

23-30 Novembre 2022 ore 9.00/12.30

7 Dicembre 2022 ore 9.00/12.00

Quota di iscrizione

500 € + iva aziende associate

600 € + iva aziende non associate

Sede

Online