

Corso intensivo di Comunicazione Google e Social Marketing (Facebook ed Instagram)

Il mondo della comunicazione - MODULO DA 6 ORE

Regole della comunicazione

La comunicazione pubblicitaria

Social e Web

Mailing List (quando producono profitti)

Differenze

La comunicazione che si vuole veicolare

Leggi sui diritti d'autore e sulla privacy e nuovo regolamento GDPR - sviluppi

Blog, social media, advertising

Le potenzialità del Web

Campagne SOCIAL - MODULO 8 ORE

Come acquisire visibilità attraverso i mezzi messi a disposizione dalla tecnologia.

01) Comportamento Motivazionale : "towards" (VERSO) ed "awayfrom" (VIA DA)

02) Comportamento Emozionale (stati fisici e mentali) : VICINANZA (associazione) e DISTANZA (dissociazione) - Detonatori ed ancore

03) Pensiero "convergente" e "divergente" ("...siate folli") - Ottimizzazione, utilità, lati positivi, lati negativi

04) Costruire i propri strumenti

05) Cestinare il vostro lavoro

06) Assumere rischi e "sbagliare" più in fretta

07) Piano strategico sugli errori

Social media - MODULO 6 ORE

LA COMUNICAZIONE IN GENERALE NEGLI ANNI PASSATI

LE CAMPAGNE PUBBLICITARIE ED I MEDIA

L'AVVENTO DEI MEDIA

LE NUOVE CAMPAGNE

LA COMUNICAZIONE INBOUND ED OUTBOUND

ACQUISIZIONE SU SCELTA E SPAM

FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

LA COMUNICAZIONE "EMOZIONALE"

LA COMUNICAZIONE "ESCLUSIVA"

Landing page ed Invito all'Azione

OFFRIRE PRODOTTI PER VEICOLARNE ALTRI

COME LAVORA GOOGLE (SEO)

COME LAVORANO I SOCIAL

Si procederà alla spiegazione tecnica di cosa sia un target, di come il web raccolga informazioni con (ma spesso senza) il nostro consenso, a cosa servano questi dati e che potenziale abbiano nelle nostre campagne social pubblicitarie.

TARGET : PMI, liberi professionisti, servizi al pubblico (ristoranti, bar, hotel etc...), ma anche chi intenda lavorare attraverso i social, oppure chi voglia migliorare la propria comunicazione all'interno della propria azienda