

Finanziamenti alle imprese per il supporto dei processi di innovazione e di sviluppo

Operazioni approvate dalla RER e cofinanziate dal FSE con Del. G.R. n.ro 1450/2016 del 12/09/2016



AZIENDE TERZIARIO



IL SOCIAL MEDIA MARKETING PER IL COMMERCIO E I SERVIZI

CORSO GRATUITO IN PARTENZA

Obiettivi

Promuovere i propri servizi attraverso i canali social, particolarmente indicati per il settore commercio e servizi in senso lato, e a costo zero. Scegliere il/i social media su cui investire, creare profili e pagine per la propria attività, ottimizzarli, pubblicare contenuti che generano traffico, misurarne l'efficacia e valutare l'utilizzo dei servizi aggiuntivi a pagamento

Tipologia destinatari

Titolari e figure chiave di attività commerciali B2C (negozi), di attività di ricettività turistica (hotel, campeggi, ristoranti, agriturismo), di attività di servizi alla persona (servizi sociali e socio assistenziali, servizi per il tempo libero), anche legati al benessere (centri estetici e solarium, centri di acconciatura, centri benessere, palestre e centri fitness) che vogliono potenziare la visibilità dei propri servizi e delle proprie offerte avvantaggiandosi delle opportunità a costo zero offerte dai nuovi social media e delle tecniche di marketing virale, un tipo di marketing non convenzionale che sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti interessati per trasmettere un messaggio a un numero elevato di utenti finali.

Argomenti trattati

- Marketing tradizionale e marketing digitale
- Marketing digitale per il settore
- Social media marketing per il settore
- Principi guida del viral marketing applicati al settore
- Potenzialità specifiche del Web 2.0 per il settore
- Principali social media: differenze, vantaggi e debolezze
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - LinkedIn
- Costi / benefici del social media marketing
- Principi guida:
 - definizione di una strategia unitaria per il brand
 - scelta di contenuti pregnanti
 - continuità dell'interazione con i fan
 - valutazione dei risultati delle attività di marketing digitale
- Potenzialità dell'integrazione tra marketing tradizionale e marketing digitale
- Funzioni a pagamento nei social media
- Mobile marketing: la nuova frontiera
- App per le offerte last minute e le promo

Contenuti misure di accompagnamento

L'accompagnamento sarà una vera e propria attività laboratoriale che potrà riguardare le seguenti attività:

- analisi delle peculiarità dell'offerta aziendale
- scelta dei social media più efficaci
- creazione dell'account / profilo / pagina
- personalizzazione
- produzione e pubblicazione guidata dei primi contenuti
- valutazione dei primi risultati
- potenziale integrazione con strumenti di marketing digitale già adottati, o strumenti di marketing convenzionale
- valutazione dell'integrazione di strumenti a pagamento per aumentare l'efficacia del social prescelto



16
ore

RIF PA
2016-5571/RER

NUMERO
PARTECIPANTI
12

QUOTA
DI PARTECIPAZIONE
Non sono previste quote
a carico dei partecipanti.
Attività in regime
deminimis

