Commerciale e vendite

Live Shopping & Video Commerce - dal contenuto alla vendita

Padroneggiare strategie, strumenti e tecniche di vendita in diretta video, per generare conversioni e vendite reali



Obiettivi

- Pianificare e condurre sessioni di live shopping efficaci su TikTok, Instagram, Facebook e YouTube
- Allestire un setup tecnico professionale adatto al proprio spazio (negozio, azienda, studio)
- Produrre shoppable reels e video di vendita ad alto tasso di conversione su ogni piattaforma
- Integrare i prodotti del proprio catalogo nei contenuti video e nelle live in modo nativo
- Costruire un piano editoriale video orientato alla vendita e misurarne le performance

Argomenti

Live Shopping: Strategia, Produzione e Vendita - 4 ore

- Il live shopping in Italia e in Europa: dati, trend e opportunità di mercato
- Piattaforme a confronto: TikTok Live, Instagram Live, Facebook Live, YouTube Live, Twitch – differenze, audience e meccaniche di vendita
- Pianificazione della live: struttura dell'evento, scaletta, timing e promozione pre-evento (teaser, countdown, campagne ads)
- Setup tecnico professionale: luci, audio, inquadrature, dispositivi, connessione stabile e software di regia (OBS, StreamYard e simili)
- Conduzione efficace: storytelling, script di vendita, gestione della chat in tempo reale e tecniche di coinvolgimento del pubblico
- Meccaniche di conversione in diretta: offerte esclusive, urgency, countdown, codici sconto e bundle
- Collaborazioni con creator e co-host: come amplificare la reach e aumentare le vendite
- Analisi post-live: KPI fondamentali (viewer, picco di connessi, tasso

DURATA TOTALE:
8 ore

CALENDARIO:
dal: 04/11/2026
al : 04/11/2026

TERMINE ISCRIZIONI:
26/10/2026

SEDE DI SVOLGIMENTO:
RIMINI

REFERENTE DEL CORSO:
Giulia Gorrieri
giulia.gorrieri@formart.it
0541 791909

QUOTA DI PARTECIPAZIONE:
170.00 € + IVA

Il corso sarà realizzato solo al raggiungimento del numero minimo di iscritti.
Le date potrebbero subire variazioni.

di conversione, revenue generata) e ottimizzazione delle performance
-

Shoppable Reels e Video Commerce - 4 ore

- Video commerce: scenario attuale, dati di conversione e perché il video è il formato di vendita più efficace nel 2025
- Piattaforme e formati a confronto: Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts – caratteristiche, algoritmi e best practice per ogni canale
- Anatomia di un video shoppable ad alta conversione: hook nei primi 3 secondi, demo
- prodotto, storytelling visivo e CTA finale
- Script e struttura del video di vendita: i formati che funzionano (problema/soluzione, before/after, tutorial, unboxing, review)
- Produzione pratica: setup minimo efficace, riprese, montaggio veloce e ottimizzazione per ogni piattaforma
- Tag prodotti, link acquisto e integrazione con il catalogo e-commerce: come rendere ogni video uno strumento di vendita diretto
- Shoppable content durante e dopo la live: come riutilizzare i contenuti live in formato video commerce evergreen
- Piano editoriale video orientato alla vendita: frequenza, mix di contenuti e misurazione dei risultati

Destinatari
Imprese e professionisti di tutti i settori – con particolare rilevanza per realtà del retail, moda, food, arredo, beauty, turismo e commercio locale – che desiderano integrare il live shopping e il video commerce nella propria strategia di vendita digitale, indipendentemente dal livello di esperienza attuale sui social.

Calendario
Il corso si svolge presso la sede di Via Marecchiese, 22 con orario: 9:00-13:00 e 14:00-18:00

Docenti
Benedetta Spattini, founder dell'e-commerce whataeco.it e digital strategist, specializzata in e-comerce e strategie di acquisizione clienti attraverso canali digitali. Supporta aziende e brand nello sviluppo di ecosistemi integrati che uniscono social media, contenuti e vendita, con un approccio orientato allo shoptainment e alla conversione. Porta in aula esperienze concrete e modelli applicabili per migliorare visibilità, engagement e performance commerciali. Nel dicembre 2025 ha condotto la Live dei Record su TikTok: prima maratona italiana di 24 ore consecutive di shoptainment, organizzata in partnership con QN Quotidiano Nazionale (Il Resto del Carlino)