



CORSI A CATALOGO FONCOOP

ELEMENTI DI SOCIAL MEDIA MARKETING

OBIETTIVI DEL CORSO

Obiettivo del corso è trasferire le conoscenze su strumenti e tecniche per la definizione e la realizzazione di azioni di comunicazione e marketing di prodotti/servizi attraverso l'utilizzo dei principali strumenti di social media marketing (Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, ...). Al termine del corso i partecipanti avranno conoscenze per valutare quale piattaforma è più adatta per le azioni di marketing dell'impresa e quali sono le metriche per analizzarne l'andamento.

REQUISITI IN INGRESSO

Conoscenza informatica di base: uso del computer e gestione dei file, utilizzo di internet.

Modulo 1

LE BASI DEL SOCIAL MEDIA MARKETING

- Cos'è il Social Media Marketing
- Cosa sono i social network, quali sono i più utilizzati e le loro caratteristiche
- Tone of voice e copywriting

Modulo 2

GLI STRUMENTI DEL SOCIAL MEDIA MARKETING

- Gli strumenti per la creazione di immagini e video
- Gli strumenti per la gestione dei social network (es. Creator Studio e altri tool)
- I social come strumento di customer care: le regole di comportamento sui social network

Modulo 3 - 4 ore

STRUTTURA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

- Il Piano Editoriale: creare contenuti, quando e ogni quanto pubblicarli
- La creazione di un piano di comunicazione efficace
- Elementi di community management
- Monitorare i risultati: analizzare gli insights e creare un report
- Instagram, Facebook, Youtube, Tik Tok: come sponsorizzare un contenuto
- Business Manager: come creare una campagna

PROVA FINALE

Questionario di 20 domande a risposta chiusa - punteggio minimo: 60/100



Via Livorno 53 – TORINO

