

Social media e webmarketing per la cultura



Prezzo: 488.00

Short Description

Un corso intensivo per promuovere i tuoi eventi, la tua musica, la tua arte

Descrizione

Nel 2017 la promozione di un evento o di un prodotto culturale passa inevitabilmente attraverso il web e il successo di qualunque iniziativa è strettamente legato all'elaborazione di una strategia di web marketing efficace e all'utilizzo creativo dei canali social più adatti al proprio progetto.

Non solo Facebook o Twitter ma anche Instagram, Pinterest, Google+, Youtube, Linkedin e qualunque altro strumenti utile a raggiungere il proprio target di riferimento.

In questo contesto nasce l'idea di un corso di social media management e webmarketing focalizzato sulla comunicazione di prodotti ed eventi culturali curato da [FormazioneLive](#) in collaborazione con l'agenzia di comunicazione grafica e marketing [DUNP](#).

In 4 giorni, FormazioneLive con Chiara Ribaldo (Dunp), Emenuale Longhi (Dunp), Francesco Lo Brutto (MArteLive) vi fornirà gli strumenti base per promuovere la vostra attività e i vostri progetti sui social media e non solo. Il corso vuole approfondire le basi, gli sviluppi moderni, con focus specifici su case studies e brand internazionali.

DI COSA SI TRATTA?

Vuoi migliorare le tue competenze digitali?

Il corso ti aiuterà a raggiungere il successo online occupandosi di tutte le attività per sviluppare il proprio business e le proprie idee su Internet: scegliendo quali valori veicolare, come attivare le **campagne ADV** (display, PPC e Social Media), capire il

target di riferimento fino alla scelta del giusto format e tone of voice. Dalla strategia sui social media al marketing per i motori di ricerca dunque, in un approccio olistico che, nella sua teorizzazione, arriva a comprendere tutti i media.

La strategia di **content marketing**, che se ben architettata può aumentare le vendite di un libro, di un disco o può far conoscere la tua attività anche al di fuori della tua cerchia di amici, comprende tutti i media. Oggi bisogna esser pronti ad avere la giusta visione di cosa è il Content Marketing e in che direzione sta andando e quale ruolo stanno svolgendo in tutto ciò i social media.

A COSA SERVE?

Durante il corso ti daremo gli strumenti teorici ma anche pratici per misurarti proprio con le attività che sono richieste chi svolge la professione di *Digital Marketing Manager*, *Account Digital*, *Social Media Manager*, *Digital Specialist* e tutte le posizioni affini. Daremo una visione sui case studies più interessanti, da quelli di grandi e conosciuti brand internazionali, di cui abbiamo esperienza diretta, e che possono disporre di budget pubblicitari considerevoli e team di persone che ci lavorano molto numerosi, a case studies meno conosciuti, di aziende più piccole o di persone che si sono inventati delle interessanti strategie di content marketing che sono al tempo stesso rilevanti.

CHE COSA FARAI DURANTE IL CORSO?

Un mix tra teoria e pratica.

Il corso comprenderà sia lezioni - in cui saranno illustrate tutte le caratteristiche principali - sia esercizi pratici dedicati ai singoli partecipanti, talvolta organizzati in team. Dovrai portare a termine dei compiti assegnati e sviluppare, talvolta, delle vere e proprie strategie di comunicazione & marketing digitale, preparandoti, così, in modo pratico a un possibile lavoro futuro o un'attività vera e propria. Vendere online oggi, raggiungere più persone possibili sui social media o semplicemente farsi conoscere, è una sfida che interessa molte aziende, sia pubbliche che private, molti enti internazionali e istituti sovranazionali. Solo chi riuscirà ad avere una strategia di content marketing innovativa e ricca di contenuti e informazioni interessanti per il proprio target, riuscirà a vincere le sfide future.

Hai una STARTUP o un progetto in mente?

Questo corso ti aiuterà a farlo conoscere a tutti.

Il digitale è una opportunità enorme: Internet e i social media stanno trasformando le abitudini e i comportamenti delle persone, influenzando il loro processo d'acquisto, il loro potere decisionale, il modo in cui si rapportano agli altri e, soprattutto, il mondo del lavoro, anche se questo processo è più lento, visto che produce cambiamenti più radicali. Studieremo i case histories di alcune startup digitali italiane che, grazie alle loro idee

innovative e all'impegno di metterle in pratica e sviluppare un progetto concreto, hanno avuto successo non solo in Italia ma anche all'estero, esportando il proprio modello e creando opportunità lavorative anche per profili specialistici del settore.

.. | .. **TEMPISTICHE**

Un corso che parte dalle basi. Aperto a tutti coloro che vogliono promuovere la propria attività e i propri progetti: startupper, imprenditori, artisti, manager, innovatori sociali, registi teatrali, coreografi, editori, musicisti o chi vuole iniziare a lavorare in questo campo.

28 ore di lezione

I partecipanti del corso riceveranno un attestato di partecipazione di FormazioneLive, su richiesta.

Faremo una pausa pranzo di un'ora.

Materiale didattico incluso, è consigliato portare il vostro computer.

Il project work finale sarà garantito presso le strutture di MArteLive e MArteLive con sede a Roma.

.. | .. **OBIETTIVI**

Il corso formerà in modo professionale, teorico e pratico gli allievi nell'utilizzo di tutti i social. Si tratta di nozioni fondamentali per qualsiasi lavoro: dalla produzione di eventi, alla vendita, alla promozione di qualsiasi progetto culturale. Questo corso potrà essere utile anche per trovare lavoro, quindi per promuovere se stessi sui social e promuovere la propria arte. Il nostro corso è pensato soprattutto per gli artisti e gli operatori culturali ma è anche aperto a chiunque voglia approfondire l'argomento. **Ogni regista, pittore, musicista, fotografo... ha un progetto ed è giusto che venga promosso nel modo più corretto soprattutto sui social.** Dopo il corso, gli allievi non saranno solo capaci ad utilizzare i Social Media, bensì saranno in grado di creare delle strategie ad hoc per il proprio progetto, festival, azienda. Il corso, infatti, fornirà gli strumenti per usare in modo professionale i socialnetwork. Alla fine delle lezioni e del periodo di stage gli allievi saranno in grado di agire da veri Social Media Manager conto terzi o più semplicemente potranno promuovere con efficacia sui social media i propri eventi o il proprio gruppo musicale, il proprio progetto culturali o la propria compagnia teatrale e di danza, un video o un film. Il social media marketing non è solo il presente ma il futuro e le sue opportunità sono ancora in larga parte inesplorate. Il corso vuole fornire le basi e allo stesso tempo approfondire gli sviluppi moderni, con focus specifici su case studies e

brand internazionali legati al mondo dell'arte, della musica e della cultura.

.. | .. **PROGRAMMA** .. | ..

Il corso si occuperà di:

? lezioni teoriche e tecniche.

? esercitazioni pratiche individuali e di gruppo.

? valutazioni in tempo reale dei lavori svolti.

Primo giorno

OVERVIEW SUI SOCIAL MEDIA (CHIARA RIBALDO)

Cosa sono i social media: storia, nozioni, obiettivi. A cosa servono? Perché le aziende dovrebbero usarli? Queste reti sociali online, in cui interagire con utenti virtuali attraverso un collegamento web, sono delle opportunità, generalmente gratuite, di creare rete tra i contatti, e quindi, tra la tua possibile target audience. Sembra complesso detto così, ma una volta messo in pratica insieme ti renderai conto che potrai davvero essere l'imprenditore di te stesso. Ma normalmente chi si occupa di social media cosa fa? Come si sviluppa un team che lavora sui social media? Chi si occupa di cosa? Dopo aver affrontato dei case studies, fondamentali per la comprensione di queste tematiche, formeremo dei veri e propri team di lavoro e faremo un'esercitazione che vi permetterà di definire un piano editoriale del vostro progetto.

TEMI

- Introduzione al Social Media Marketing
- Analisi e utilizzo dei principali social media (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest e LinkedIn)
- Social Content Strategy: i piani editoriali
- Esercitazione

Secondo giorno

SOCIAL MEDIA. COMMERCIO CONVERSAZIONALE (CHIARA RIBALDO)

Focalizzeremo l'attenzione sull'utilizzo dei social media come strumenti di vendita attraverso lo Storytelling che risulta essenziale per una comunicazione efficace e produttiva sui social media.

Ampio spazio sarà dato agli strumenti di analisi del pubblico di riferimento che è alla base di qualunque tipo di campagna.

- Facebook Insights
- Vendere su Facebook
- Digital PR e Influencer Marketing
- Storytelling: come costruire una storia
- Project Work

Terzo giorno

STRATEGIA, CONTENT MARKETING E ADV (EMANUELE LONGHI)

Parleremo di Social Media Adv e Google Adwords: cos'è? Si tratta di uno strumento eccezionale che, se utilizzato nella maniera più opportuna, consente di promuovere i propri prodotti, servizi, eventi, verso un'audience specifica e realmente interessata. L'obiettivo è quello di fornirvi gli strumenti pratici per creare e gestire campagne pubblicitarie principalmente su Facebook e Google Adwords. Dopo questa lezione entreremo ancora di più nel pratico parlando di strategia e content marketing. Quindi imparerai a creare e condividere contenuti rilevanti, di qualità e quindi virali, al fine di coinvolgere e fidelizzare la propria target audience.

TEMI

INTRODUZIONE

- Advertisingonline e sistemi Pay-per-click
- I vantaggi dell'ADV online
- Google AdWords
- Le reti pubblicitarie di Google
- Annunci e qualità
- Panoramica offerte: CPC, CPM, CPA

GESTIONE DELLE CAMPAGNE

- Analisi e pianificazione del tipo di campagna
- Come strutturare una campagna
- Targeting
- Impostazioni offerte e budget
- Gruppi di annunci
- Strumenti di pianificazione

MISURAZIONE E OTTIMIZZAZIONE DEL RENDIMENTO

- Misurazione dei risultati

- Analisi del rendimento
- Valutare le metriche dati
- Ottimizzazione delle campagne

CONCLUSIONI

- CaseStudies
- Modelli di retribuzione
- GooglePartners

Quarto giorno

SOCIAL MEDIA PER LA MUSICA, GLI EVENTI E LA DISCOGRAFIA – IL PROMOVIDEO (FRANCESCO LO BRUTTO)

Nell'ultimo giorno di lezione focalizzeremo infine la nostra attenzione sulle strategie di promozione per la musica e i prodotti discografici. Inizieremo con le Case Histories di [MArteLabel](#) per poi darvi l'opportunità di lavorare con noi e portare a termine un project work che potrete inserire nel vostro portfolio. Lavoreremo su casi concreti legati alla promozione di alcuni artisti dell'etichetta.

Se YouTube ha aperto la strada e resta una delle piattaforme principali, i cui video vengono sistematicamente integrati e condivisi anche da siti internet e webzine di settore, la vera crescita sta avvenendo attraverso il consumo sui social media, dove la condivisione e le potenzialità virali sono esponenziali: non a caso nell'ultimo anno Facebook, Twitter e Instagram hanno potenziato significativamente la loro offerta video.

L'utilizzo dei social come piattaforma di promozione per i tuoi videoclip musicali, a sostituzione o complemento dei più tradizionali partner media, con l'obiettivo di far crescere non solo le visualizzazioni e le condivisioni del tuo video ma indirizzarle ad un pubblico mirato e di qualità, quello dei tuoi fans o di chi potrebbe diventarlo.

- Il piano di lancio
- Video Anteprima
- Video SEO
- Campagne ADV su Facebook e Youtube
- CMS Youtube e la monetizzazione
- Visualizzazioni certificate su Youtube