

SOCIAL MEDIA MARKETING

Dinamiche, implicazioni e strategie di marketing efficaci sui social network

Periodo: **24 Marzo 2010**

ore 10:00 alle 13:00 e dalle 14.00 alle 18:00

con due coffee Break (mattino e pomeriggio) e colazione di lavoro

Luogo: Sede AISM Via Olmetto 3 Milano

Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di fornire un supporto concreto ai marketing manager che desiderano comprendere le dinamiche attivate dalle piattaforme di social media, le relative implicazioni e le strategie di marketing correlate.

Negli ultimi anni i paradigmi del marketing e della comunicazione sono mutati profondamente. Il mondo è sempre più digitale, ma i nuovi criteri faticano a entrare in azienda.

L'innovazione necessaria passa attraverso percorsi che portano a cambiamenti obbligati spesso dirompenti rispetto all'organizzazione aziendale tradizionale.

Per questo, le aziende e i manager fanno fatica sia a comprendere, sia a interpretare correttamente i cambiamenti in corso.

Quali sono i motivi profondi che rendono difficile il processo d'innovazione? E quali percorsi devono seguire i nuovi professionisti che intraprendono la strada verso il Nuovo Mondo?

Diventa fondamentale, innanzitutto, comprendere le corrette dinamiche dei social media, adottare relativi modelli interpretativi, fondamentali per comprendere correttamente tutti i nuovi strumenti.

E' importante altresì chiarire i principi e le nuove potenzialità dei social media a supporto del marketing e un'analisi dei differenti modelli utilizzati dalle imprese.

La continua trasformazione in atto nel web spinge le aziende a rimodellare la propria presenza, sempre più consapevoli che i cambiamenti culturali che il Nuovo Mondo scatena sono in primis influenzati e perpetrati dagli utenti stessi attraverso le diverse espressioni che spesso passano attraverso i social network.

Target

Marketing Manager, Direzione Marketing, Web Marketing, IT, Area Pubbliche Relazioni, Area Comunicazione

Programma

- Il nuovo contesto
- I nuovi consumatori
- I principali strumenti web based
- Il web come strumento di pubblicazioni, analisi, ascolto e interazione
- Usare i social network di terzi (Facebook, Flickr, YouTube, MySpace, Twitter, Friend Feed, Delicious, Slideshare).
- Usare social network proprietari (quando e perché)
- Strategie di social marketing
- Casi

Docenti

Marco Camisani Calzolari

E' CEO & Founder di SPEAKAGE, partecipa attivamente alla "conversazione" online e conduce sperimentazione costante all'interno di tutte le piattaforme Web, attività indispensabile sia per la propria formazione continua, sia per fornire consulenze di alto profilo. Docente esterno di Tecniche di comunicazione digitale all'Università Statale di Milano. Autore con Franco Giacomazzi, del Libro "Impresa 4.0 - Marketing e Comunicazione Digitale a 4 Direzioni" edito da PEARSON - FINANCIAL TIMES e scrive per periodici cartacei di settore: Nova - Il Sole 24 Ore e ADV. E' membro dell'associazione internazionale Mensa (associazione mondiale di persone dotate di alto Q.I.) e membro di AISM (Associazione Italiana Marketing) e IWA (International Web Association). Dal 1994, ha contribuito attivamente allo sviluppo di Internet e dell'attuale web 2.0; negli anni ha creato prodotti digitali caratterizzati da un elevato livello di innovazione e creatività sia nei contenuti, sia nelle strategie di marketing.

Alberto Carozzo

player del mercato Information and Communication Technology, Web Marketer e formatore. Ogni giorno, per lavoro e per diletto, si confronta con il Web 2.0 per comprenderne le applicazioni da veicolare al mercato sia nell'ambito business sia nell'ambito consumer. Tra gli altri progetti ha partecipato "in prima linea" alla creazione e alla crescita del portale GiveMeAChance.it della casa editrice GiveMeAChance editoria online e con quest'ultima ha pubblicato il libro "La Tua Azienda sul Web Come avviare una Web Presence Commerciale Quasi Gratis" (<http://www.givemeachance.it/albertocarozzo>) .

E' reperibile presso i maggiori social network Facebook, LinkedIn, Plaxo, Viadeo, Maymz

Per informazioni

Segreteria AISM info@aism.org