



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

PROGRAMMA CORSI AREA DIGITALE 2016



AIMS

Piazzale R. Morandi, 2 - 20121 Milano
tel. +39 02 77790415

info@aism.org
www.aism.org

Skype: Aismktg-Sedemilano
P. Iva - Cod. Fisc. 01156520155

PRESENTAZIONE

Centinaia di milioni di utenti attivi ad ogni ora del giorno, miliardi di ore-uomo dedicate alla comunicazione sui social media quotidianamente. Un'audience formidabile che offre opportunità senza precedenti per sviluppare strategie di marketing efficaci, misurabili e ampiamente scalabili su aree geografiche diverse.

Il ciclo di **quattro corsi intensivi** proposto da A.I.S.M. ha l'obiettivo di fornire una panoramica esaustiva su cosa sono e come possono essere utilizzati gli strumenti *Social* per le proprie finalità di business.

Ogni corso prevede approfondimenti teorici e pratici sui temi trattati. È possibile frequentare anche solo uno dei quattro corsi proposti, in base alle proprie esigenze, ma si consiglia di verificare con la segreteria AISM l'opportunità di partecipare in ogni caso al primo che è da considerare fondamentale (**Web marketing e Social CRM**). A tal fine, la segreteria fornirà un test di autovalutazione per consentire ai candidati di comprendere se dispongono già delle conoscenze necessarie per seguire con profitto i corsi successivi al primo.

Il numero massimo di partecipanti è limitato a 15 per consentire un approccio "one2one" con il docente che svilupperà i corsi tenendo conto delle reali esigenze dei partecipanti.

CALENDARIO CORSI AREA DIGITALE*

I° CICLO

28 Aprile Web Marketing e Social CRM

12 Maggio Facebook e twitter al servizio delle aziende

25 Maggio LinkedIn come strumento di marketing e crescita professionale

07 Luglio Utilizzare le immagini nel mondo dei social media:
Facebook, Instagram, Flickr, Twitter

II° CICLO

16 Giugno Web Marketing e Social CRM

23 Giugno Facebook e twitter al servizio delle aziende

01 Luglio LinkedIn come strumento di marketing e crescita professionale

07 Luglio Utilizzare le immagini nel mondo dei social media:
Facebook, Instagram, Flickr, Twitter

*Le date potrebbero subire variazioni

Informazioni Organizzative

Docente:



Massimo Giordani
www.linkedin.com/in/massimogiordani

Massimo Giordani risponde con piacere a eventuali domande sul programma all'indirizzo:
m.giordani@timeandmind.com

Orario:

10.00-13.00 14.00-17.00

Ai partecipanti è consigliato avere a disposizione il proprio pc

Numero massimo di iscritti per corso: 15

Ulteriori Informazioni:

Segreteria AISM info@aism.org



Web Marketing e Social CRM

I° Ciclo: Giovedì 28 Aprile 2016
II° Ciclo: Giovedì 16 Giugno 2016

Il **Web Marketing** è diventato il motore trainante delle strategie aziendali, leva formidabile per ampliare bacini di mercato, avvicinare nuovi potenziali clienti, creare le condizioni per far crescere un marchio. Solo in Italia, il numero di persone che sono iscritte ad almeno un social media è ormai vicino ai 30 milioni di cui oltre 20 ne fanno un utilizzo quotidiano.

Questi numeri danno l'idea del potenziale che può esprimere una strategia di marketing efficacemente integrata con il mondo dei social media.

Il **CRM (Customer Relationship Management)** è cambiato profondamente con l'avvento dei social media, al punto che, oggi, è entrato nelle prassi aziendali il *Social CRM*, cioè una vera e propria strategia di business orientata al cliente e capace di integrare l'utilizzo dei social media nelle attività aziendali.

Programma

- I trend in atto nelle aree del marketing e della comunicazione digitale;
- Cos'è e come si evolve un ecosistema digitale;
- Le opportunità offerte dalla diffusione pervasiva della connettività Internet;
- I concetti di "reputation" e "link popularity": come utilizzarli per il proprio business;
- Le dinamiche che governano i social media: imparare a utilizzarle per i propri scopi;
- I contenuti, come produrli e con quali codici linguistici;
- Forme di "ascolto" della rete, analisi dei dati diretti e indiretti per migliorare la propria strategia;
- Il "social CRM": cos'è e perché è importante;
- L'importanza delle campagne ADV a pagamento;
- Approfondimenti teorico-pratici con esempi concreti di analisi del posizionamento web di aziende, marchi o enti indicati dai partecipanti.



Facebook & Twitter al servizio delle Aziende

I° Ciclo: Giovedì 12 Maggio 2016

II° Ciclo: Giovedì 23 Giugno 2016

Facebook e **Twitter** sono i due social media di riferimento. Molto diversi nelle loro dinamiche di utilizzo, consentono a professionisti e aziende di creare reti sociali che, opportunamente gestite, consentono di sviluppare strategie di marketing estremamente efficaci.

Nessuna realtà che intende avere un ruolo sul mercato attuale può tirarsi fuori dal mondo dei social media. Facebook e Twitter offrono opportunità concrete per ampliare i bacini di mercato, migliorare la reputazione, contribuire alla diffusione di un marchio, instaurare relazioni dirette con i clienti, cogliere il *sentiment* del pubblico.

Programma

- Il mondo social, come si posizionano Facebook e Twitter;
- I contenuti: testi, immagini, video. Caratteristiche e stili;
- Le funzioni di Facebook e Twitter;
- Facebook e Twitter come strumenti di social networking;
- Come impostare e gestire campagne ADV a pagamento;
- Le relazioni con gli altri social network;
- Gli strumenti di analisi;
- Come integrare Facebook e Twitter nelle strategie di marketing.



LinkedIn come strumento di marketing e crescita professionale

I° Ciclo: Mercoledì 25 Maggio 2016

II° Ciclo: Venerdì 01 Luglio 2016

Nell'era digitale **LinkedIn** ha assunto un ruolo di riferimento per il mondo business. Conoscere e farsi conoscere è il meccanismo alla base di tutti i social media e LinkedIn lo ha sviluppato in un'ottica essenzialmente professionale.

LinkedIn è ad oggi uno dei Social Media più innovativi e promettenti: conta oltre 300 milioni di utenti a livello mondiale e 7 milioni di italiani iscritti.

In continua evoluzione, cresce giorno dopo giorno ed è costantemente al passo nell'aiutare le aziende ad ottimizzare la loro attività di business.

LinkedIn mette a disposizione delle imprese la possibilità di raccontarsi attraverso una pagina specifica, collegata agli account personali, fornisce l'occasione di creare solidi legami in ambito lavorativo, umanizza il marchio e l'azienda dando ai dipendenti la possibilità di partecipare e interagire.

Programma

- Che cos'è LinkedIn e perché vale la pena utilizzarlo;
- Gestire i propri contatti in modo efficiente;
- Ottimizzare il profilo personale LinkedIn secondo le regole aziendali;
- Utilizzare i gruppi per creare le proprie Community di riferimento;
- Come integrare la comunicazione aziendale con LinkedIn.



Utilizzare le immagini nel mondo dei Social Media: Facebook, Instagram, Flickr, Twitter

I° & II° Ciclo: Giovedì 07 Luglio 2016

Anche nell'era digitale, il detto: *“vale più un'immagine di cento parole”* mantiene la sua validità. L'insieme combinato della diffusione degli strumenti di ripresa digitale con la crescita del numero di utenti dei Social Media ha portato a un utilizzo pervasivo di contenuti fotografici che, nella maggior parte dei casi, non hanno una reale valenza qualitativa.

In questo scenario, diventa quindi importante definire una strategia aziendale capace di utilizzare massicciamente i materiali fotografici e, al contempo, di curarne il livello qualitativo avendo ben presenti gli obiettivi della comunicazione aziendale.

Facebook, Instagram, Flickr e Twitter sono piattaforme che, con modalità diverse, consentono un utilizzo efficace dei contenuti fotografici ma con modalità molto diverse fra loro. Obiettivo del corso è di esplorarle, capirle e imparare a governarle.

Programma

- Perché le immagini sono essenziali per la comunicazione sui social media;
- Cos'è un'immagine digitale;
- Cosa sono la “risoluzione” e la “densità” di un'immagine;
- I formati ideali per ogni social media;
- I soggetti ideali per promuovere la propria azienda;
- Come utilizzare al meglio le immagini su Facebook;
- Come utilizzare al meglio le immagini su Instagram;
- Come utilizzare al meglio le immagini su Flickr;
- Come utilizzare al meglio le immagini su Twitter;
- Copyright e strumenti di acquisto immagini.

Quote di Partecipazione:

	ASSOCIATI AISM	NON ASSOCIATI AISM
1 corso	€ 200,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, n. 633, ART. 4	€ 300,00 + IVA
2 corsi	€ 360,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, n. 633, ART. 4	€ 540,00 + IVA
3 corsi	€ 480,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, n. 633, ART. 4	€ 720,00 + IVA
4 corsi	€ 560,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, n. 633, ART. 4	€ 840,00 + IVA

Le quote comprendono:
materiale didattico se previsto, coffee break.

SCHEDA DI ISCRIZIONE

Associato AISM

(barrare la casella di interesse)

SI

NO

Dati del Partecipante:

Cognome e Nome	
Indirizzo	
CAP	
Località	
Prov.	
Tel. Diretto	
Cell.	
E-mail	
Ruolo in azienda	
Area aziendale di appartenenza	

Dati per la fatturazione:

Ragione Sociale	
Indirizzo	
CAP	
Località	
Prov.	
Partita I.V.A.	
Codice Fiscale	
E-mail	
Tel.	

CLAUSOLE CONTRATTUALI

1. Iscrizione

La presente iscrizione, compilata in ogni sua parte e sottoscritta, va inviata a mezzo e mail info@aism.org ad AISM Associazione Italiana Sviluppo Marketing che invierà conferma di avvenuta accettazione.

2. Quote, modalità di partecipazione e pagamento:

indicare se la partecipazione è per tutti i corsi, alcuni, sono uno e le relative date di svolgimento:

	ASSOCIATI AISM	NON ASSOCIATI AISM
1 corso	€ 200,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, N. 633, ART. 4	€ 300,00 + IVA
2 corsi	€ 360,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, N. 633, ART. 4	€ 540,00 + IVA
3 corsi	€ 480,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, N. 633, ART. 4	€ 720,00 + IVA
4 corsi	€ 560,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, N. 633, ART. 4	€ 840,00 + IVA

I° CICLO	
28 Aprile	Web Marketing e Social CRM
12 Maggio	Facebook e twitter al servizio delle Aziende
25 Maggio	LinkedIn come strumento di marketing e crescita professionale
07 Luglio	Utilizzare le immagini nel mondo dei social media: Facebook, Instagram, Flickr, Twitter
II ° CICLO	
16 Giugno	Web Marketing e Social CRM
23 Giugno	Facebook e twitter al servizio delle Aziende
01 Luglio	LinkedIn come strumento di marketing e crescita professionale
07 Luglio	Utilizzare le immagini nel mondo dei social media: Facebook, Instagram, Flickr, Twitter

Il pagamento dovrà essere effettuato all'atto dell'iscrizione a mezzo:
Bonifico bancario sul c/c 40866457 intestato AISM Associazione Italiana Marketing
IBAN IT 73 G 02008 01616 000040866457
BIC SWIFT UNCRITM1216

3. Tempi e Modalità di Recesso

E' possibile richiedere la restituzione della quota di iscrizione versata se il recesso avviene entro 10 giorni solari precedenti l'inizio del corso. Dopo tale termine non è previsto alcun rimborso e l'importo dovuto verrà fatturato. Se il partecipante non ha dato disdetta e non si presenta in aula, sarà comunque dovuto l'intero importo. La disdetta dovrà essere comunicata a mezzo fax o email dopo nostra dichiarazione di ricezione.

4. Variazioni di Programma

AISM Associazione Italiana Sviluppo Marketing si riserva la facoltà di rinviare o annullare il corso programmato dandone comunicazione a mezzo fax o e-mail ai partecipanti entro tre giorni lavorativi prima della data di inizio del corso, in tal caso suo unico obbligo è provvedere al rimborso dell'importo ricevuto senza ulteriori oneri. Altresi si riserva la facoltà di modificare il programma/sede del corso e/o sostituire i docenti indicati con altri docenti di pari livello professionale.

5. Foro Competente

Il foro esclusivo competente per l'interpretazione e l'esecuzione del contratto è quello di Milano.

6. Privacy

Informativa ai sensi dell'art. 13 DLGS 30.06.2003, N. 196 e successive modificazioni. Ai sensi del DLGS N. 196/2003 le informazioni fornite verranno trattate per finalità di gestione amministrativa dei corsi. I dati potranno essere utilizzati per la creazione di un archivio ai fini dell'invio (via e-mail, fax o a mezzo posta) di proposte per corsi ed iniziative di studio future di AISM Associazione Italiana Sviluppo Marketing. Potrete accedere alle informazioni in nostro possesso ed esercitare i diritti di cui all'art. 7 della Legge aggiornamento, rettifica, integrazione, cancellazione, trasformazione o blocco dei dati trattati in violazione di legge, opposizione al trattamento dei dati, ecc.) inviando una richiesta scritta al titolare del trattamento all'indirizzo indicato in calce.

Qualora non desideri la diffusione dei dati personali (nome, qualifica, azienda e e-mail) agli altri partecipanti al corso, barri la casella.

Firma per accettazione (con timbro aziendale)

Firma e timbro per specifica approvazione
delle clausole 4, 5 (art. 1341 2° comma Codice Civile)