

**MARTEDI**  
**14 GIUGNO**  
**2016**

Relatore



**ROBERTO FUSCO NERINI**

Esperto in Marketing e Comunicazione, nella gestione clienti e nel management di agenzie locali e internazionali (Young & Rubicam, Lowe Pirella, Lintas), dove ha lavorato per clienti come: Ford, Kraft, Danone, Nestlé, Gruppo Espresso/la Repubblica, Poste Italiane, TIM, EdisonTel, Mercedes Benz.

**ANES**  
**DIGITAL**

## Il social media manager: relazionarsi con lettori e clienti grazie ai social media

Il corso si pone l'obiettivo di evidenziare le differenze fra i social media più diffusi per comprendere le opportunità di comunicazione sia sul fronte della customer retention, che della customer acquisition, al fine di affrontare gli aspetti di efficienza nella analisi del rendimento delle attività social, soprattutto in caso di un loro uso combinato.

### PROGRAMMA

#### PARTE A. Cambiano i media. Cambia il business.

- Cambiamento del panorama media: come sta cambiando la fruizione dei mezzi - dal punto di vista dell'intensità e della qualità - a seguito della diffusione dei social media e del *mobile*.
- Il mondo della comunicazione: come il cambiamento dei media sta impattando sulle strategie di comunicazione secondo la logica della multicanalità e dell'*engagement*.
- Gli **obiettivi di un piano di social media marketing**: customer acquisition, customer retention, viral marketing, digital **reputation**.
- La **reputazione** online: come monitorarla e come gestire i commenti negativi. L'importanza del customer care su Internet.
- Gli **influencers online**: analizzare, definire e implementare una campagna di digital PR.
- Il **Seeding**. Come usare i social media per intercettare e gestire le conversazioni rilevanti. Il valore SEO di questa attività. Yahoo Answers e le nuove piattaforme di content curation.
- Quali **metriche** per il social media marketing? Darsi gli obiettivi corretti e monitorare gli sforzi che si stanno facendo. I tool di **social media analytics**.
- Le piattaforme e come utilizzare:
  - **Facebook**: il nuovo **algoritmo** e il diverso uso che occorre fare della Pagina. Le applicazioni e le nuove funzionalità OpenSocial da utilizzare all'intero del sito.
  - **L'advertising su Facebook** e gli aspetti tecnici di profilazione e tracciamento.
  - **Twitter**: individuare gli hashtag corretti e gli orari appropriati per incrementare la visibilità dei tweet. L'uso di Twitter come customer care.
  - **LinkedIn** e il suo ruolo b2b.
  - **Youtube** e le caratteristiche tecniche ed editoriali della piattaforma. Si può programmare un **video virale**?

**MARTEDI**  
**14 GIUGNO**  
**2016**

**Relatore**



**ROBERTO FUSCO NERINI**

Esperto in Marketing e Comunicazione, nella gestione clienti e nel management di agenzie locali e internazionali (Young & Rubicam, Lowe Pirella, Lintas), dove ha lavorato per clienti come: Ford, Kraft, Danone, Nestlè, Gruppo Espresso/la Repubblica, Poste Italiane, TIM, EdisonTel, Mercedes Benz.

**ANES**  
**DIGITAL**

## Il social media manager: relazionarsi con lettori e clienti grazie ai social media

**PROGRAMMA**

**PARTE B. Il Social CRM.**

- Strumenti e tecniche di **lead generation grazie ai social media**: come costruire profili social – con i relativi piani editoriali – che costituiscano una via per la generazione di contatti commerciali. Come estrarre, laddove possibile, i contatti e gestirli: strumenti e app gratuite, tool professionali.
- **Lead generation e web-marketing**: quali canali affiancare ai social media per generare contatti commerciali: adv a performance, e-mail marketing, couponing, formule di loyalty;
- Dal Funnel al **Customer Journey**: verso un corretto design di lead generation.
- Fidelizzare i contatti. I social media come ambiente di **lead nurturing**: quali modelli possono essere utilizzati per qualificare un contatto commerciale.
- Le **promozioni online** e il tranello della **viralità**;
- Esercitazione sulle differenze fra CRM tradizionale e social CRM.

**Destinatari**

Imprenditori, Direttori Marketing, Direttori Commerciali e Marketing Manager.

**Durata**

1 giornata (9.30-13.00 – 14.00-18.00)

**Sede**

Via Crocefisso, 5 – 20122 – Milano

**Prezzo Soci ANES**

**250€ + IVA**

**210€ + IVA** per iscrizioni anticipate e iscrizioni multiple

**Prezzo non Soci**

**400€ + IVA**

**340€ + IVA** per iscrizioni anticipate e iscrizioni multiple

**Termine iscrizioni anticipate**

7 giugno 2016

**Chiusura iscrizioni**

10 giugno 2016

*L'attivazione dei singoli corsi è vincolata al raggiungimento di almeno 6 adesioni*