

Social Media Manager

OBIETTIVI

Il corso di Social Media Manager ha l'obiettivo di formare professionisti completi in grado di gestire strategicamente la presenza digitale di aziende e organizzazioni sui canali social, creando contenuti efficaci e analizzando i risultati delle attività di comunicazione online.

Gli obiettivi principali includono:

- Sviluppare competenze strategiche per la pianificazione e gestione delle attività sui social media
- Acquisire tecniche di scrittura persuasiva e storytelling per la creazione di contenuti coinvolgenti
- Padroneggiare l'utilizzo delle principali piattaforme social (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, ecc.)
- Apprendere le metodologie per l'analisi dei dati e la misurazione dei risultati (insight e metriche)
- Imparare tecniche di ottimizzazione delle pagine web per i social media
- Sviluppare capacità di gestione della reputazione aziendale online e crisis management
- Acquisire competenze di influencer marketing e community management
- Comprendere gli aspetti economici legati alle campagne social (budgeting, analisi costi, ROI)
- Conoscere le normative relative al copyright e all'autodisciplina pubblicitaria
- Implementare strategie di social selling e tecniche di coinvolgimento degli utenti

Il corso forma una figura professionale versatile e strategica, capace di integrare competenze di marketing, comunicazione, analisi dati e creatività per gestire efficacemente la presenza digitale di un brand, generando engagement e contribuendo al raggiungimento degli obiettivi aziendali attraverso i canali social.

MODULI

Panoramica dell'ecosistema digitale

- Elementi di marketing tradizionale e web marketing
- Customer journey nel mondo digitale
- Target audience e buyer personas

Piattaforme Social: Caratteristiche e Utilizzo

- Facebook: strategia, contenuti e advertising
- Instagram: visual storytelling e formati
- LinkedIn: comunicazione B2B e personal branding
- Twitter: real-time marketing e customer care
- TikTok e piattaforme emergenti

Sistemi di comunicazione istantanea

Content Strategy e Storytelling

- Tecniche di scrittura persuasiva per i social media
- Visual content: immagini, video, infografiche
- Storytelling digitale e tecniche narrative
- Calendario editoriale e pianificazione dei contenuti
- Ottimizzazione dei contenuti per i diversi canali

Social Media Advertising

- Funzionamento delle piattaforme pubblicitarie
- Targeting e segmentazione del pubblico
- Creazione e ottimizzazione delle campagne
- Budget allocation e monitoraggio della spesa
- A/B testing e ottimizzazione delle performance

Analisi dei Dati e Metriche

- KPI e metriche fondamentali
- Analisi delle vanity metrics (like, share, comment)
- Utilizzo degli strumenti di Insights
- Reportistica e presentazione dei risultati
- Strumenti di analytics avanzati

Community Management e Gestione della Reputazione

- Costruzione e gestione della community
- Tecniche di coinvolgimento e fidelizzazione
- Crisis management sui social media
- Gestione dei feedback negativi
- Monitoraggio della brand reputation

Influencer Marketing e Social Selling

- Identificazione e selezione degli influencer
- Sviluppo di campagne con influencer
- Tecniche di social selling
- Misurazione dei risultati delle collaborazioni
- Aspetti legali e best practices

Aspetti Legali e Budgeting

- Normativa sul copyright e diritti d'autore
- Privacy e GDPR sui social media
- Autodisciplina pubblicitaria e trasparenza
- Pianificazione del budget e controllo dei costi
- ROI delle attività social media

Livello di accesso Diploma

Durata 70 h

Modalità di svolgimento Aula



Visita la pagina sul nostro sito dedicata alla misura **GOL Lombardia**