

# DIGITAL PR, INFLUENCER MARKETING E LOCAL MARKETING

## Come evolve il mondo digitale per il business

3<sup>a</sup> edizione



3 ottobre 2019



09:30 - 16:30



Formaper

Via Santa Marta 18, Milano

Il futuro è già presente ed impone un cambiamento di mentalità che riguarda non soltanto le grandi aziende ma anche le piccole e medie imprese. Viviamo nell'era dell'economia della condivisione, che permette di espandere informazioni e opportunità: la miscela composta da sharing economy, tecnologie low cost, mobile e gestione di grandi community di utenti permette di sfruttare al massimo le potenzialità del digitale, consentendo di raggiungere un'audience molto più ampia di un tempo e anche al di fuori dei nostri confini. In Italia le Piccole e Medie Imprese costituiscono circa il 90% del totale delle aziende, con un fatturato pari al 67,3% del PIL e le grandi aziende del Web (Google, Facebook, Amazon...) sono sempre più attente alle ricerche locali e da mobile per favorirne il business. Al fine di riuscire a mantenere la loro competitività, è necessario che le PMI siano in grado di trarre vantaggio dalle specifiche opportunità offerte dal digitale.

### OBIETTIVI

Il seminario ha lo scopo di introdurre i partecipanti a comprendere l'importanza di digital PR, influencer marketing e local marketing in un mercato "mobile", nonché stimolarli all'utilizzo di strumenti e asset per il miglioramento dei risultati aziendali.

### DESTINATARI

Il seminario è rivolto a imprenditori, manager e collaboratori che, a vari livelli organizzativi, intendano affrontare il tema dell'innovazione e le opportunità del digitale per aggiungere valore e maggiore spendibilità al proprio business.

### METODOLOGIE FORMATIVE

Il seminario prevede sia una parte teorica sia il ricorso a esercitazioni, simulazioni e sessioni creative, partendo dai contesti aziendali dei partecipanti.

## Programma

- **Dalle Public Relations alle People Relations: obiettivi e attività delle digital PR.**
- **Il seeding, la vera essenza del buzz marketing: definire una seeding strategy efficace.**
- **L'importanza del contenuto in relazione alla community di riferimento e al corretto influencer.**
- **Anche i brand fanno digital PR: il brand journalism per lo sviluppo dei contenuti.**
- **Il piano editoriale: il "Content marketing" e la sua traduzione concreta. Come realizzarlo e metterlo al servizio degli obiettivi aziendali.**
- **Sito e blog: i benefici di un blog nelle digital PR.**
- **Blogger e influencer: le regole d'oro per la selezione, l'ingaggio e la valutazione.**
- **L'informazione online: nuovi modi di intendere la notizia, nuove fonti.**
- **Il protagonismo del mobile: la crescita dell'm-commerce e dei siti responsive impone nuovi modelli di servizio al cliente.**
- **I social network sono sempre più attenti alle opportunità della geolocalizzazione. Quali i milestones indispensabili per le attività local e i punti vendita fisici?**

### PROFILO DEL DOCENTE

**Daniela Cerquetti** - Laureata IULM con specializzazione in sociologia, è responsabile del Social Media Team Europa di Kiko, collabora con l'agenzia di comunicazione Competence e con la società di formazione al digitale The Vortex. Esperta di digitale già nel periodo della New Economy, ha gestito le attività di marketing e comunicazione per World Online, Virgilio e Tiscali. Da sempre nell'ambito della comunicazione (web management, content management, marketing communication, media relations e public relations, editing & advertising, comunicazione corporate e istituzionale), si è occupata di marketing, advertising e digital per Borsa Italiana Gruppo London Stock Exchange. Docente di numerosi master (Sole 24 Ore Business School, Accademia di Comunicazione, Domus Academy, IED), è responsabile del Laboratorio di Social Media Marketing del corso di Comunicazione e Organizzazione Aziendale dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.