

1A EDIZIONE

Social Media Marketing per le imprese del turismo

Workshop della durata di 6 ore



martedì 17
luglio 2018



9:30 · 12:30 | 13:30 · 16:30



Formaper - Aula Ambra, 1° Piano
Via S. Marta 18, Milano

Il workshop si propone di dare ai partecipanti una visione generale dell'impatto che i social media stanno avendo nella comunicazione e nella promozione delle attività delle imprese del turismo. In particolare, si approfondirà la conoscenza delle principali caratteristiche e funzionalità di Facebook e Instagram, sia relativamente alla gestione organica delle due piattaforme e del loro piano editoriale che relativamente alla pianificazione di campagne pubblicitarie sui due social media.

Obiettivi

- Sensibilizzare le imprese turistiche sulla rilevanza dell'evoluzione della propria attività attraverso la costruzione di una solida identità e "brand".
- Sviluppare le competenze di social media marketing delle imprese turistiche che aderiscono all'EDT.
- Rafforzare la visibilità e il rapporto con i propri clienti attraverso i canali online.
- Promuovere la propria attività attraverso un piano editoriale.

Metodologia

Lo stile didattico dell'attività di formazione sarà esclusivamente applicativo e digitale. Tale approccio consentirà ai partecipanti di avere accesso a tutte le tecnologie digitali disponibili e integrabili con l'Ecosistema Digitale del Turismo.

È previsto un project work sull'impostazione di un piano editoriale on-line.

Destinatari

Il workshop è rivolto a dirigenti, manager, collaboratori e le nuove figure professionali introdotte nel settore della gestione del marketing digitale di imprese turistiche iscritte alla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e a Guide turistiche iscritte a GITEC - Guide Italiane Turismo e Cultura.

Non è consentita la partecipazione ad altri liberi professionisti.

Programma

- Introduzione/Scenario social
 - L'evoluzione dello scenario social numeri e tendenze: quali modelli sottendono e con quali numeri.
 - Le tre parole chiave: Social, Local, Mobile.
- La reputazione online e la gestione dei commenti critici
 - Monitorare la reputazione.
 - L'ascolto della rete e il presidio delle conversazioni rilevanti.
 - La gestione dei commenti e della relazione con gli utenti.
- I social media per il settore turistico
 - Come usarli e quali usare per gestire al meglio la promozione dell'attività e la relazione con il cliente nel mercato italiano ed estero.
 - L'importanza di obiettivi, strategia e piano editoriale.
 - L'uso di Facebook per attirare nuovi clienti e relazionarsi con loro (focus e approfondimento).
 - I Social Media per la gestione di immagini e video: Instagram e Pinterest.
 - Le piattaforme di chat come strumento di relazione: WhatsApp, Messenger e Telegram e la nuova frontiera delle chatbot.
- Le opzioni della pubblicità online
 - La pubblicità su Facebook e Instagram: gli strumenti per la profilazione del target, opportunità, nuove modalità, formati.
- Project work
 - Impostare un piano editoriale sui social media.
 - Analizzare e valutare la presenza online di un'azienda turistica.

LA PARTECIPAZIONE
È GRATUITA

**Iscriviti
online!**

Docente Roberto Fuso Nerini

Esperienza trentennale nello sviluppo di strategie di comunicazione, nella gestione clienti e nel management di agenzie di comunicazione internazionali. Dal 2007 ha portato l'esperienza consolidata nella comunicazione nei settori della comunicazione web e dei media digitali. Associate presso The Vortex, è oggi consulente e formatore sui temi della digital transformation e del web e digital marketing e ha sviluppato una particolare competenza e attenzione all'applicazione di queste tecniche e metodologie al settore del turismo.