

Iscrizioni aperte dal 03/03/2018



Calendario delle Lezioni

15-22 Marzo

5-12-19-26 Aprile

3-10-17-24 Maggio

Orari: 19.00 - 23.00

Presso l'aula informatica
dell'Istituto JF Kennedy

Per info e iscrizioni

www.monselicegiovani.it

kikka81.cf@gmail.com

Progetto Giovani - Tel. 0429 786909

Lions Club Monselice - Chiara Tel. 328 4631753

13 POSTI DISPONIBILI

Al termine del percorso
verrà rilasciato un attestato di partecipazione



Corso di Social Media Marketing e Facebook ADS

Strategie di comunicazione
sui Social Network

Per giovani dai 16 ai 35 anni
10 Lezioni dal 15 Marzo 2018

Lions Club Monselice e Leo Club Monselice «Federico II», in collaborazione con l'Assessorato alle Politiche Giovanili e avvalendosi di Veneto Formazione, Organismo di Formazione accreditato dalla Regione Veneto, propongono un corso di Social Media Marketing a tutti coloro che desiderano diventare degli specialisti di strategie di marketing online.

Il **social media specialist** è una figura professionale che anno dopo anno, sta diventando sempre più determinante in azienda. Non rappresenta solo chi si impegna a pubblicare il contenuto nella fan page di Facebook o nel profilo di LinkedIn. È soprattutto un ruolo strategico che gestisce un proprio budget di comunicazione e stabilisce i canali migliori dove pubblicare e le linee guida da seguire per la creazione dei contenuti digitali: testi, immagini, video, infografiche e presentazioni.

Facebook è il Social Network più utilizzato dagli utenti nel mondo. Facebook ha sostanzialmente due anime: una Social e l'altra di Advertising. In questo corso ci soffermiamo in modo completo sull'aspetto dell'advertising approfondendo in modo pratico le funzioni, le tecniche e i segreti del mondo di Facebook ads.



SOCIAL MEDIA MARKETING:

Programma

L'evoluzione del marketing, della comunicazione e della tecnologia

Una fotografia del mercato social, partendo dall'origine. Perché è importante creare legami attraverso le piattaforme social?

Il potere delle storie

Lo storytelling nelle strategie marketing.

Costruire contenuti vincenti

Come rispondere ai bisogni del proprio pubblico.

Le immagini

Presenta il tuo business al meglio.

Facebook

Creare una pagina, gestire i fan e monitorare i risultati.

Gli hashtag

Come sceglierli e dove usarli.

Instagram

Perché usarlo nel tuo business.

Influencer

Accelera il tuo business con i veri protagonisti della rete.

Pinterest

Costruire bacheche per i tuoi follower.

I video virali e YouTube

Come ottimizzare le risorse e costruire un video.

Twitter e il micro-blogging

Diventa una fonte inesauribile di informazioni di qualità.

Promuovi il tuo business

Come investire in modo consapevole nella pubblicità social.

Facebook Ads

Creare un'inserzione su Facebook.

LinkedIn

Tra personal branding, reclutamento e business.

Il blog

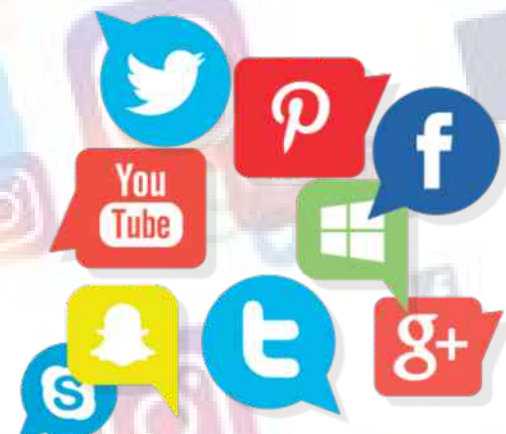
Come accrescere la propria autorevolezza online partendo da un articolo.

Diventare editor

Curare un piano editoriale e un calendario editoriale.

Pensare mobile

Tutte le novità sulle nuove forme di comunicazione, dalle chat ai chat-bot.



FACEBOOK ADS:

Programma

Introduzione

- Facebook ADS – Introduzione
- Facebook Creative HUB
- Struttura base di una campagna
- Obiettivi campagne (notorietà, interazione, traffico, conversione)
- Come pagare le inserzioni (bidding)
- Concetto di CPM, CPC, CPA
- Quanto spendere
- Posizionamenti
- Consigli

Strumenti professionali

- Gestione inserzioni
- Power Editor
- Business Manager

Targetizzazione

- Definire il proprio pubblico
- Strumenti per cercare il proprio Target
- Facebook Audience Insights

Il Pixel

- Cos'è e a cosa serve il pixel Facebook
- Come installare il pixel
- Creare il pubblico personalizzato grazie al pixel
- Impostare le conversioni

I pubblici di Facebook

- Pubblico salvato
- Pubblico simile (Lookalike Audience)
- Pubblico personalizzato (Custom Audience)

A/B Testing

- Come testare le immagini
- Come testare il copy
- Come testare il pubblico

Lead ADS

- Ads per raccogliere contatti
- Creare i moduli per la raccolta dei contatti

Video ADS

- Struttura delle video ADS
- Strategia di vendita tramite video
- Come ottimizzare le ADS

Messenger ADS

- ADS con destinazione Messenger

Reportistica

- Come analizzare i risultati di una campagna
- Come realizzare un report

Strategia

- Come definire gli obiettivi delle ADS
- Come definire la strategia per raggiungere gli obiettivi

ESERCITAZIONI E CONCLUSIONE

