

Social Media Metrics & Measurement

Programma del Corso

Ore 9.30 L'importanza delle Metriche per i Social Media

- Misurare l'intangibile: come monetizzare le attività di social media
- Come ottenere attenzione dalla tua audience?
- Come misurare il sentiment, la componente emozionale attorno al tuo brand e prodotti?

Ore 10.30 Le Metriche per i Social Media

- Alcune metriche per Facebook, Twitter, LinkedIn e Youtube
- Alcune metriche per i Blog, Forum e Community
- Cos'è e come si misura il Facebook Engagement Index
- Come si calcola il community Health Index per un forum o una Brand Community

Ore 11.00 Coffee Break

Ore 11.30 Misurare il ROI per i Social Media

- Come calcolare il ROI per un Blog e un Forum secondo Forrester
- Come si calcola il ROI per una pagina Facebook Aziendale
- Alcuni esempi
- Come si calcola il ROI per un Account Twitter su Business
- Come si calcola il ROI per un canale Youtube e un Gruppo su LinkedIn
- Alcuni esempi e casi internazionali

Ore 12.30 Disegnare il processo di Social Media Analytics

- Il modello di riferimento per la social media analytics
- Un framework per identificare le metriche e i KPI Social secondo Altimeter Group

Ore 13.00 Pranzo

Ore 14.30 Piattaforme e Strumenti di Social media analytics

- Esempi di attività di misurazione delle iniziative Social mediante strumenti di social media analytics
- Social media analytics svolti alcuni brand
- Demo della Piattaforma di Social engagement & analytics di Lithium Inc

Ore 15.00 Esercitazione di gruppo

- I partecipanti suddivisi in gruppo dovranno identificare metriche e KPI opportune per un progetto social media in base al brief ricevuto
- Dovranno poi costruire un pannello per calcolare indici e valori del progetto di loro competenza

Ore 16.15 Coffee Break

Ore 16.30 Sessione congiunta

- Sessione congiunta: commenti e discussione delle attività svolte

Ore 17.00 Conclusioni

- Testi consigliati
- Linkografia e bibliografia