

# Social Media Strategy & Planning

## Programma del Corso

### Ore 9.30 I Social media, uno scenario di riferimento

- Utilizzo e diffusione dei Social Media in Italia e nel mondo
- Un insight su Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube
- L'avvento di Google+
- Utilizzo delle piattaforme mobile di geolocalization (Foursquare, Facebook Places)

### Ore 10.15 Un piano strategico per i Social media

- Il modello POST di Forrester (Persone, Obiettivi, Strategie, Tecnologia)
- Social media Technographics di Forrester
- Gli step operativi per la costruzione del Piano di social media marketing
- Le nuove metriche e i KPI per i Social Media

### Ore 11.00 Coffee Break

### Ore 11.30 Social media planning

- Un Modello per il social media planning:
- Come ascoltare le conversazioni
- Come costruire una presenza Social, quali canali e piattaforme scegliere
- Come coinvolgere e ingaggiare gli utenti
- Come gestire le conversazioni
- Come misurare le prestazioni
- Come ottimizzare e rivedere la strategia in base ai risultati raggiunti
- Alcuni esempi e casi internazionali

### Ore 12.30 Esempi di Social Media Strategy

- Il modello Hub & spoke
- La strategia di Obama per i Social Media

### Ore 13.00 Pranzo

### Ore 14.30 La Social media Policy

- Cos'è e perché è importante una Social Media Policy per i dipendenti
- Come si definisce una Social Media Policy, gli elementi di base
- Esempi di Social Media Policy di grandi aziende

### Ore 15.00 Esercitazione di gruppo

- I partecipanti suddivisi in gruppo dovranno sviluppare un piano di social media marketing, applicando la metodologia di Forrester Research
- Dovranno poi definire una presenza e strategia multicanale utilizzando il modello Hub & Spoke

### 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