



TITOLO: Comunicazione e Digitalizzazione nell'era dei Social Media

Il marketing come era concepito un tempo non esiste più. Le regole di comunicazione sono variate, l'utente/cliente ha sempre più modo di scegliere e valutare fra milioni di proposte. La comunicazione deve quindi essere strategica, avvicinarsi il più possibile alle esigenze delle imprese e dei lavoratori, creare emozioni e generare fidelizzazione.

Lo scopo di questo percorso formativo è quello di fornire alle scuole edili/enti unificati della Lombardia strumenti utili di valutazione e strategie pratiche nell'utilizzo dei maggiori strumenti Social, nell'uso della comunicazione assertiva e conoscenza delle tecniche di marketing 4.0 con particolare attenzione alle specificità delle scuole edili/enti unificati per la formazione e sicurezza in edilizia ed ai loro obiettivi strategici.

Contenuti del corso:

COMUNICARE

- Saper ascoltare per comunicare in modo assertivo
- Verbale, non verbale e paraverbale per comunicare empaticamente e con metodologia pro-attiva
- Mappa del mondo personale, le interferenze nella comunicazione
- L'uso delle parole e dei bottoni emozionali
- Scrittura creativa
- Come si applicano le regole dello Story Telling

MARKETING 4.0

- Mercato e posizionamento per anticipare il futuro
- Bisogni ed aspettative degli utenti/clienti come individuarli e come anticiparli
- Come preparare una campagna/promozione/evento
- La regola dello scambio
- Come preparare un Media Kit (cartella stampa e presentazione aziendale) efficace per il mondo dei media istituzionali e media on line
- Come si prepara una linea editoriale (programma temi di comunicazione verso l'interno, esterno e promozionale)

MARKETING DIGITALE

- Come valutare il proprio posizionamento sul web
- Le fonti di informazioni: siti e database per reperire informazioni su imprese e settori
- Quando usare i social e perché
- Cos'è la web reputation e perché è importante capirne il significato
- Definizione dell'asse di interesse: aziendale – professionale – personale

- Breviario dei social network strategici
- Facebook, twitter, linkedin, google+: social network differenti utilizzi, differenti applicazioni
- Web writing e la ricerca di immagini
- La gestione dinamica della propria presenza sui social network e social media
- Mondo Media tradizionale : radio, television e giornali, come approcciarli

Metodologia:

Tutti gli incontri avranno un taglio teorico, tecnico ed operativo. Saranno utilizzati role-play, condivisioni, giochi neurobici ed esercitazioni singole, a coppie ed in gruppo. E'previsto anche l'utilizzo di auto-casi, cioè la formazione su casi e progetti reali proposti dai partecipanti per affrontare nel merito temi e problematiche specifiche.

Destinatari:

Responsabili della promozione e della comunicazione dell'ente; dipendenti che svolgono funzioni di comunicazione con l'esterno.

Durata del Corso: 24 ore

Docente: Donatella Rampado

www.selfbrand.it

www.donatellarampado.com

www.pressandpersonal.com

Requisiti di accesso (ATTENZIONE):

Per il presente avviso (Avviso 5/2015 – competitività) l'ente aderente, in relazione alla medesima matricola INPS, non può essere beneficiario della formazione in più di due piani formativi; tutte le scuole edili che hanno partecipato al corso in materia di 231 con la docente Monica Perego hanno già usufruito di un piano formativo.

Sede del corso:

Edizione “Lombardia Occidentale”

ESEM – Via Newton, 3 – Milano

Aula informatica

19 – 24 – 29 maggio

Edizione “Lombardia Orientale”

Scuola edile di Bergamo Via Antonio Locatelli, 15 Seriate (BG)

Aula informatica

6 – 9 – 15 giugno