

## DIMA-6 - LINKEDIN

Categoria: **Digital Marketing**

### INFORMAZIONI SUL CORSO



**Durata:**  
2 Giorni



**Categoria:**  
Digital Marketing



**Qualifica Istruttore:**  
Docente Senior (min.  
5 anni)



**Dedicato a:**  
Manager



**Produttore:**  
PCSNET

### OBIETTIVI

Il corso è pratico e permette di apprendere le competenze di LinkedIn ai fini personali e di Business.

I discenti impareranno ad utilizzare LinkedIn in modo strategico, ottimizzando le pubblicazioni e la strategia di comunicazione.

Una parte del corso sarà focalizzato sull'impostazione e l'ottimizzazione delle campagne di social advertising e sull'analisi e monitoraggio dei risultati raggiunti.

Attraverso esercitazioni pratiche e casi di studio reali, al termine del corso i discenti saranno autonomi sulla gestione e pianificazione strategica della comunicazione su LinkedIn in ambito B2B e B2C.

### PREREQUISITI

Nessun prerequisito.

### CONTENUTI

#### **Strategie e Basi di Social Media Marketing**

- Cosa si intende per Social Media Marketing e differenze rispetto al web marketing tradizionale
- Il ruolo del social marketing all'interno del Business Plan
- Tipi di social: generalisti e specialisti
- Costruzione di una brand identity sui social network
- Come costruire una strategia di marketing sui canali social
- La struttura di un progetto di Social Media Marketing
- Creazione e pubblicazione: il piano editoriale
- Statistiche sulla diffusione dei Social Network
- Storytelling e phototelling sui social
- Differenze tra le strategie B2B e B2C

#### **LinkedIn**

- Personal branding: come ottimizzare il profilo personale, suggerimenti e attività pratiche per migliorare il profilo
- Funzionalità business di LinkedIn, LinkedIn Premium
- Come creare una pagina aziendale e le pagine vetrina
- Self marketing: come farsi trovare dalle aziende

- Utilizzo dei gruppi su LinkedIn
- L'advertising di LinkedIn
- Case study ed esercitazioni pratiche in aula

### **Social Media Monitoring e Analytics**

- Come misurare l'engagement
- I principali social KPI
- Strumenti di analisi: tool on line free e a pagamento
- Social listening e brand reputation
- Come costruire un report sui social
- Apertura e gestione di account social per un'azienda cliente (profilo di fatturazione, fonti di pagamento e gestione fatture)
- Misurare il ROI delle attività e delle campagne social: attività, clic e conversioni

## **INFO**

**Materiale didattico:** Materiale didattico e relativo prezzo da concordare

**Costo materiale didattico:** NON incluso nel prezzo del corso

**Natura del corso:** Operativo (previsti lab su PC)