

# LIBERI PROFESSIONISTI: corsi di qualificazione e innovazione



## DESTINATARI

**Liberi professionisti** operanti in una sede legale o unità operativa collocata nel territorio della regione **Emilia-Romagna**



## MODALITÀ DI ACCESSO

L'accesso al corso avviene in base all'**ordine di arrivo delle iscrizioni**.

I corsi di attiveranno al raggiungimento di un **numero minimo di partecipanti**



## DE MINIMIS

L'iniziativa rientra nel regime "**De Minimis**", e i beneficiari dovranno fornire la relativa dichiarazione



## INFO

## ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO

Al termine del percorso formativo, su richiesta, i professionisti potranno beneficiare di un **percorso di accompagnamento personalizzato della durata di 4 ore** per approfondire specifiche tematiche affrontate in aula.

## Corsi gratuiti

I corsi sono finanziati dal FSE e dalla Regione Emilia Romagna e totalmente **gratuiti per i partecipanti**.



## Online

Le lezioni si terranno online in modalità **videoconferenza sincrona** tramite piattaforma Google Meet.



## Attestazione in esito

Al termine dei corsi verrà rilasciato un **Attestato di frequenza**.



# Strategie digitali e social media per sviluppare il business

20 ore

## OBIETTIVI



Sfruttare il potenziale di Internet e dei social media per attirare nuovi clienti, aumentare la visibilità e creare relazioni durevoli, è un processo in continua evoluzione che richiede strategia, creatività, costanza e una gestione oculata delle risorse, a partire dalla creazione e gestione di una solida presenza online attraverso un sito web professionale, un blog e profili aziendali sui social media.

Individuare il pubblico target, creare contenuti, interagire sulle piattaforme social, gestire la reputazione online, attivare campagne promozionali e monitorarne le performance le sono competenze necessarie.

## CONTENUTI



Marketing, Digital Marketing, Social Media Marketing

Strategia: il Digital Marketing Plan

Social listening e social presence

Che cosa è un piano editoriale sui social

Target, market share, industry: capire il mondo per capire come interagire

Un nuovo approccio ai social network: capirli per saperli usare

Approfondimenti sulle dinamiche di Facebook, LinkedIn, Instagram ecc.

Differenza tra profilo, pagina, gruppo

La scelta della voce: l'identità

Lo stile, il registro, il punto di vista

Social Lab: definizione di un workflow

Interazioni, insights, advertising, monitoraggio dei principali social

Misurare l'investimento sui social: indicazioni e strumenti

Gestione di una pagina con Business Manager

Customer care su social media

Gestione del CRM e fidelizzazione del cliente



## CALENDARIO

in via di definizione