



<p>Social principali e altri social (facebook, instagram, twitter, linkedin, tiktok)</p> <p>1</p>	<p>Intro ai social Contesto e intro: perché per una PMI è importante conoscere, presidiare e governare i social network. Quali piattaforme social per le PMI. Differenze e opportunità a seconda della tipologia di settore e industry.</p> <p>Facebook Pagina aziendale (anche locale) setting e opportunità. Setting e best practices per la gestione di una pagina di una PMI, come sfruttare le caratteristiche della piattaforma e le opportunità offerte da strategie e azioni unpaid (strategie e format).</p> <p>Instagram Setting di un profilo business e gestione di un profilo di una PMI. Come sfruttare Instagram a seconda della industry e le opportunità offerte da una consistente strategia unpaid (strategie e format).</p>
<p>Social principali e altri social (facebook, instagram, twitter, linkedin, tiktok)</p> <p>2</p>	<p>Altri Social</p> <p>TikTok: profilo e format per le PMI.</p> <p>Twitter : strategie - profilo e format per le PMI.</p> <p>Linkedin: strategie - profilo e format per le PMI.</p> <p>YouTube: strategie e format per le PMI & YT Video Builder (cenni)</p> <p>podcast: il valore e il format.</p>
<p>Strumenti per gestire gli utenti: CRM, Messaging, Mailing</p> <p>3</p>	<p>Direct Marketing : cos'è e come utilizzarlo al meglio: dalle e-mail, agli sms, alle app di messaggistica.</p> <p>CRM e ERP Lead generation cos'è e strategie (incluso i lead magnet). Quali strumenti e modalità Mailchimp, Sendinblue, Microsoft Dynamics 365.</p> <p>WhatsApp business l'applicazione gratuita diretta alle piccole e medie imprese, pensata per facilitare la comunicazione dei brand con i clienti e amministrare i loro ordini.</p> <p>Come funziona e in che modo Messenger può aiutare le PMI.</p>

<p>ADS e sponsorizzazioni: concetti base, strumenti principali</p> <p>4</p>	<p>A cosa servono e gli strumenti di ricerca per aiutare l'impresa ad espandersi in maniera localizzata. Intro strategica: il ruolo del Paid Advertising a supporto della crescita delle PMI. Peculiarità di geo targeting e profiling avanzate offerte dalla Search Focus su Google Ads Search e Bing Ads.</p>
<p>ADS e sponsorizzazioni: concetti base, strumenti principali</p> <p>5</p>	<p>Trovare utenti in modo localizzato con funzioni avanzate di geo-targeting. Peculiarità di geo-targeting e profiling avanzate offerte da Google Ads, Display Network e YouTube.</p>
<p>ADS e sponsorizzazioni: concetti base, strumenti principali</p> <p>6</p>	<p>Social: scegliere strumenti e strategie e imparare a usare quelli dei social Minori. Intro strategica sul perché, sul come e quando avviare e massimizzare azioni di Paid Advertising per una PMI sui Social Network. Focus su tutte le piattaforme social "minori" - adatte alle PMI - che oggi offrono opportunità di azioni paid geolocalizzate e di profiling dell'audience (Twitter, LinkedIn, TikTok, Spotify, etc.)</p>
<p>ADS e sponsorizzazioni: concetti base, strumenti principali</p> <p>7</p>	<p>Social: strategie, strumenti, profilazione e geo-targeting della Facebook e Instagram Ads Platform (tipologie di campagne, formati e strategie di offerta).</p>
<p>Cashless, E-payment : Sistemi digitali di pagamento per il business online e offline</p> <p>8</p>	<p>Cosa vuol dire gestire i soldi in maniera dematerializzata e perché è importante. E-payment e le nuove forme di pagamento digitale contactless e cashless: come usarli online e come usarli nelle transazioni in negozio. Le piattaforme principali Paypal, satyspay, ecc. Tecnologie, strumenti e devices: google Pay, apple Pay, Amazon pay e altri I sistemi di pagamenti rateizzati come soluzione anche alla crisi (es. Scalapay- Klarna).</p>

Modulo 1 -Social principali e altri social (facebook, instagram) -

3 maggio 2023 dalle ore 10.30 alle ore 12.30

Modulo 2 -Social principali e altri social (twitter, linkedn, tiktok) -

17 maggio 2023 dalle ore 10.30 alle ore 12.30

Modulo 3 - Strumenti per gestire gli utenti: CRM, messaging, mailing -

31 maggio 2023 dalle ore 10.30 alle ore 12.30