

CORSO FAD

Scrivere per coinvolgere: come fare content marketing senza essere content manager - FORMAZIONE A DISTANZA

INIZIO CORSO: venerdì 9 aprile 2021

DURATA: 15 ore

ORARIO LEZIONI: dalle ore 9.00 alle ore 13.00

PREZZO: 244,00 € (200,00 € + IVA)

FINANZIATO AL 100%



Panoramica corso:

Scrivere per convincere, per comunicare all'esterno, per coinvolgere, per costruire credibilità e coltivare relazioni. E ancora, per fare "employee advocacy" ovvero per coinvolgere i e le dipendenti nella comunicazione aziendale.

Oggi l'azienda non può demandare la propria voce solo all'ufficio comunicazione e marketing: anche chi vende è chiamato a comunicare, anche un manager dell'area R&D, la CFO, l'addetta al customer service, il responsabile della logistica, l'impiegato dell'ufficio HR comunicano.

Mettere le persone nelle condizioni di saper creare contenuti e aiutarle a valorizzare ogni comunicazione con l'esterno è importante e distintivo, concorre al posizionamento dell'azienda.

Calendario corso: venerdì 9-16-23-30 aprile 2021. L'ultima lezione si svolgerà dalle 9.00 alle 12.00.

Chiusura delle iscrizioni: venerdì 2 aprile 2021.

Il corso sarà erogato in modalità formazione a distanza sincrona, ovvero tramite una classe virtuale in cui il docente e partecipanti comunicano in tempo reale ed interagiscono.

È possibile partecipare tramite PC, tablet, smartphone con connessione internet, microfono, uscita audio e webcam.

Sarà inviata prima di ogni lezione una mail con il link e il codice per partecipare al corso. Si prega gentilmente di inserire nella scheda di adesione la mail personale del partecipante al corso.

Obiettivi del corso:

Il corso intende offrire strumenti conoscitivi e operativi a per gestire al meglio la comunicazione aziendale, sia interna che esterna all'azienda. Il percorso alterna momenti di docenza frontale a contenuti multimediali ed esercitazioni.

Argomenti trattati:

Identità digitale, personal branding ed employee advocacy: quello che dobbiamo sapere e definire prima di scrivere.

Ciascuno di noi, quando si espone on line ha un proprio brand, riconoscerlo e saperlo valorizzare è il primo passo: porterà valore alla persona e all'azienda.

Prima di scrivere: contesto e intenzione, come modulare i contenuti e gli atti comunicativi per risultare credibili e autentici.

Cosa significa fare employee advocacy? cos'è una Social Media Policy e a cosa serve? Tutto quello che dobbiamo sapere prima di iniziare a digitare

Scrivere per coinvolgere: come sviluppare contenuti che ingaggiano.

Come si scrive on line e come si scrive sui social? Quali regole bisogna seguire per creare contenuti che si fanno leggere e per evitare cadute di stile?

Come si scelgono e dove si trovano gli argomenti, come si valutano i canali, in che modo si risponde agli haters e come si promuove l'empatia digitale, come si scelgono le parole, come si fa a mantenere ritmo, continuità e rilevanza e come si formatta un testo perché venga letto on line?

Svilupperai competenze pratiche di scrittura che coinvolge e apprenderai un metodo creato ad hoc per la produzione di contenuti: PMP (Percepito - Magazzini - Pianificazione).

Comunicare su LinkedIn: dal profilo ai contenuti LinkedIn è la più grande community che genera contenuti professionali. L'azienda che è presente con una propria pagina aziendale avrà usato solo al 25% la piattaforma se non avrà coinvolto le persone che lavorano per lei nella diffusione e produzione di contenuti. Allo stesso modo la comunicazione spontanea dei e delle dipendenti su LinkedIn concorrerà a rinforzare (o sminuire) il brand aziendale. Come usare LinkedIn per generare relazioni e costruire.

Credibilità professionale e valore per l'azienda senza diventare social media manager?

Il costo del corso, del valore di € 244,00 è totalmente finanziato dall'Ente Bilaterale Settore Terziario della Provincia di Vicenza, previa verifica che l'azienda applichi integralmente i CCNL Terziario e Turismo e il Contratto Integrativo provinciale del terziario e sia in regola con i versamenti contributivi da almeno 18 mesi, riferiti a lavoratori full-time o part-time di almeno 20 ore settimanali.

Destinatari:

Il corso è rivolto a commerciali, responsabili di funzione, funzione HR, customer service e tutte quelle persone coinvolte nella produzione di contenuti scritti.