



PROGRAMMA DETTAGLIATO

Prima giornata:

CASE HISTORY DI SUCCESSO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

SCRITTURA ONLINE

Apprendere come si crea una notizia, un itinerario, una news, una newsletter.

SEO e HASHTAG

Nozioni base per scrivere online e gestire contenuti per il web: testi sul sito, comunicati stampa, post, schede sui social in modo efficace per essere letti dal tuo pubblico e trovati dai motori di ricerca.

Titoli, abstract, hashtag: ogni occasione è buona per aumentare la propria visibilità.

Indirizzare le ricerche con gli hashtag per guadagnare visibilità e far capire al volo cosa facciamo, ma soprattutto per aiutare il pubblico a promuovere il nostro brand.

COMUNICAZIONE VISIVA

Componi, scatta e condividi!

Qualsiasi notizia viene letta di più se ha un'immagine.

La nuova comunicazione online, pesantemente influenzata dai social media, prevede un nuovo linguaggio, che è utilizzato nella cultura, nel turismo e nella moda. Una panoramica di questo nuovo mondo.

Seconda giornata:

CREARE o GESTIRE PAGINE aziendali su Facebook, Twitter, Instagram, Steller.

L'IMPORTANZA DELLA GEOLOCALIZZAZIONE

Georeferenziare SEMPRE per dare un indirizzo ai contenuti, aumentare la visibilità e trovare nuovi clienti.

GOOGLE+ LOCAL

Essere presenti sulla GoogleMaps: fatti trovare!

TWITTER

Informazioni veloci e news per raggiungere un pubblico specializzato.

FACEBOOK

Il racconto, la promozione, il dialogo tra la tua azienda e i tuoi clienti. La più diffusa piattaforma per comunicare.

STELLER: Il social del visual storytelling.

Terza giornata:

INSTAGRAM e la comunicazione visuale

Nell'era dei social network la comunicazione visiva è diventata preponderante.

Instagram è un social media, uno strumento per rendere più belle le foto, raccontare eventi, descrivere luoghi, creare gallery e itinerari, e per aggiornare la propria identità digitale su più social con un click. E' il social che, a detta di recenti indagini, crea più engagement degli utenti.

Si può usare Instagram (o un evento Instameet di lancio) per arricchire il proprio sito di immagini e informazioni "social", cioè fatte di contenuti generati dagli utenti e quindi veritiere, per produrre uno storytelling emozionale di luoghi speciali, e guidare i lettori alla scoperta della propria azienda o di un territorio.

Un'immagine che funziona su Instagram avrà molte visualizzazioni anche su Facebook e altri social.

SCATTARE E EDITARE:

Creazione, editing di immagini e inserimento integrato nel racconto, utilizzando sia software gratuiti che economici, soprattutto da smartphone o tablet.

IFTTT

Creare le ricette per automatizzare la condivisione sui social networks dell'identità digitale.

Quarta giornata

Revisione e valutazione del progetto di comunicazione online dei partecipanti al corso.