

CORSO DI FORMAZIONE SOCIAL MEDIA MARKETING PER LE AZIENDE VITIVINICOLE

Utilizzare gli strumenti del web per valorizzare il territorio, la storia e le persone dell'azienda vitivinicola

7 LEZIONI IN AULA
11 Ottobre - 29 Novembre 2017
PORDENONE i mercoledì 14.30 - 17.30



internova
formazione

impresavino
WORLD WINE WEB



A CHI SI RIVOLGE

Il corso si rivolge
agli operatori del settore vitivinicolo

STRUTTURA

Il corso prevede 7 incontri da 3 ore ciascuno
per un totale di 21 ore di lezione

È caratterizzato da una didattica altamente
interattiva con i partecipanti e dall'analisi di
numerosi casi pratici

Partecipanti: numero massimo 6 persone

Dall'11 ottobre al 29 novembre

Orario: mercoledì 14.30-17.30

Durata: 7 lezioni da 3 ore ciascuna

Modalità: corso in aula

Sede: Internova formazione

Pordenone viale Dante, 12 (4° Piano)

Ottobre							Novembre						
Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
						1			1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30			
30	31												



www.impresavino.it

CORSO DI FORMAZIONE SOCIAL MEDIA MARKETING PER LE AZIENDE VITIVINICOLE

Quota di iscrizione per persona: € 320 + iva

Nome.....

e-mail

cellulare

Ditta

Via n°

CAP Città

Telefono

Part. IVA

Codice Fisc

Il pagamento sarà effettuato al ricevimento fattura

IN VIA A:

info@internova.it

Fax 0434 20645

INFORMAZIONI

• Tel 0434 524560

• www.impresavino.it

PRIVACY. Ai sensi dell'art. 13, D. Lgs. n. 196/2003

i dati personali da lei forniti verranno trattati per esigenze amministrativo-contabili relative alla fornitura del servizio/prodotto da lei acquistato. È possibile richiedere la rettifica o la cancellazione a Internova Srls, Viale Dante, 12/7, 33170 Pordenone; Tel 0434 524560; info@internova.it.

Presto il consenso al trattamento dei dati personali per le seguenti ulteriori finalità: inviare materiale promozionale tramite email su beni e/o servizi analoghi e a fini statistici.

Accetto Non Accetto

internova Viale Dante, 12/7 - 33170 Pordenone



PERCHÉ FARE IL CORSO

Con il corso sarà possibile apprendere:

- l'uso dei principali social network utilizzati in Italia
- le tecniche di storytelling per coinvolgere i clienti
- la gestione della pubblicità online

per comprendere come valutare e scegliere le migliori strategie di advertising con gli strumenti messi a disposizione da Internet.

OBIETTIVI

Il corso ha lo scopo di orientare i partecipanti all'uso consapevole ed efficace degli strumenti di social media marketing per l'azienda vitivinicola: social network, blog, messaggistica istantanea sono strumenti che vengono usati abitualmente a titolo personale e possono dare valore aggiunto anche alla propria azienda, se usati correttamente in un'ottica di comunicazione verso il cliente. Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di definire un piano di comunicazione online per l'azienda vitivinicola.



DOCENTI

SARA TORTELLI

Professionista nell'ambito delle strategie di web marketing e social media marketing per le imprese, si occupa di comunicazione da oltre 10 anni collaborando con aziende e organizzazioni. Docente in vari contesti formativi, ha maturato numerose esperienze nell'avvicinare professionisti, imprenditori e manager alle opportunità di internet per il business. È socio professionista qualificato FERPI e membro della Rete al Femminile.

PROGRAMMA

Lezione 1

Docenti: Sara Tortelli e Giorgio Pennazzato

IL SITO WEB E IL BLOG SERVONO ALL'AZIENDA VITIVINICOLA?

Il primo incontro avvierà all'uso degli strumenti di web marketing per il mondo delle aziende vitivinicole. In particolare approfondiremo le caratteristiche del sito web e del blog aziendale

Lezione 2

Docente: Sara Tortelli

FACEBOOK: UN MONDO DI COMUNICAZIONE GLOBALE

Facebook è un universo di funzioni e possibilità che amplia a 360 gradi le occasioni di comunicazione dell'azienda con gli specifici target di riferimento. Il modulo è finalizzato alla corretta gestione degli schemi e all'impostazione del piano editoriale

Lezione 3

Docente: Sara Tortelli

INSTAGRAM E PINTEREST: I SOCIAL DELLE IMMAGINI

Instagram e Pinterest sono due social network focalizzati entrambi sulle immagini, ma con meccanismi, linguaggi e scopi completamente diversi. La lezione è un focus sui differenti approcci e utilizzi di questi social al fine di decidere se inserirli o meno nel piano editoriale aziendale

GIORGIO PENNAZZATO

Ingegnere e risk manager, consulente e formatore in ambito tecnico-scientifico, ha curato negli anni la sua passione per il mondo affascinante del vino, conseguendo dapprima il titolo di Sommelier e poi sviluppando importanti attività enoiche, creando la Delegazione FISAR (Federazione Italiana Sommelier Albergatori Ristoratori) di Venezia. Nella FISAR ha rivestito ruolo di Consigliere Nazionale, fino a conseguire la carica di Presidente Nazionale. È docente ai Corsi per Sommelier FISAR su "Il bere consapevole" dedicato agli alunni delle scuole superiori.

Lezione 4

Docenti: Sara Tortelli e Giorgio Pennazzato

TWITTER E LINKEDIN: LA COMUNICAZIONE NEL SETTORE DEL VITIVINICOLO

In questa lezione saranno analizzati Twitter e LinkedIn, per comprenderne l'utilizzo adeguato al contesto agricolo

Lezione 5

Docente: Sara Tortelli

FACEBOOK ADVERTISING: UNA PANORAMICA DELLE FUNZIONI

Un'introduzione al sistema della pubblicità attraverso Facebook con la piattaforma di Facebook Advertising, per comprendere i diversi obiettivi pubblicitari e quindi le ampie opportunità di comunicazione al target desiderato

Lezione 6

Docente: Sara Tortelli

EMAIL MARKETING E SMS MARKETING PER RESTARE IN CONTATTO CON I CLIENTI

L'obiettivo è quello di valorizzare il patrimonio di contatti che negli anni ogni azienda colleziona, valorizzando costantemente i contatti e i legami con i clienti e con i prospect, informandoli delle iniziative aziendali in corso

Lezione 7

Docente: Sara Tortelli

COME FUNZIONA GOOGLE E LA PUBBLICITÀ ONLINE

Nel modulo finale chiudiamo con alcune riflessioni sul funzionamento dei motori di ricerca, in particolare di Google, e i meccanismi che dominano la pubblicità online, in modo da poter fare ogni scelta di comunicazione con maggiore consapevolezza

