

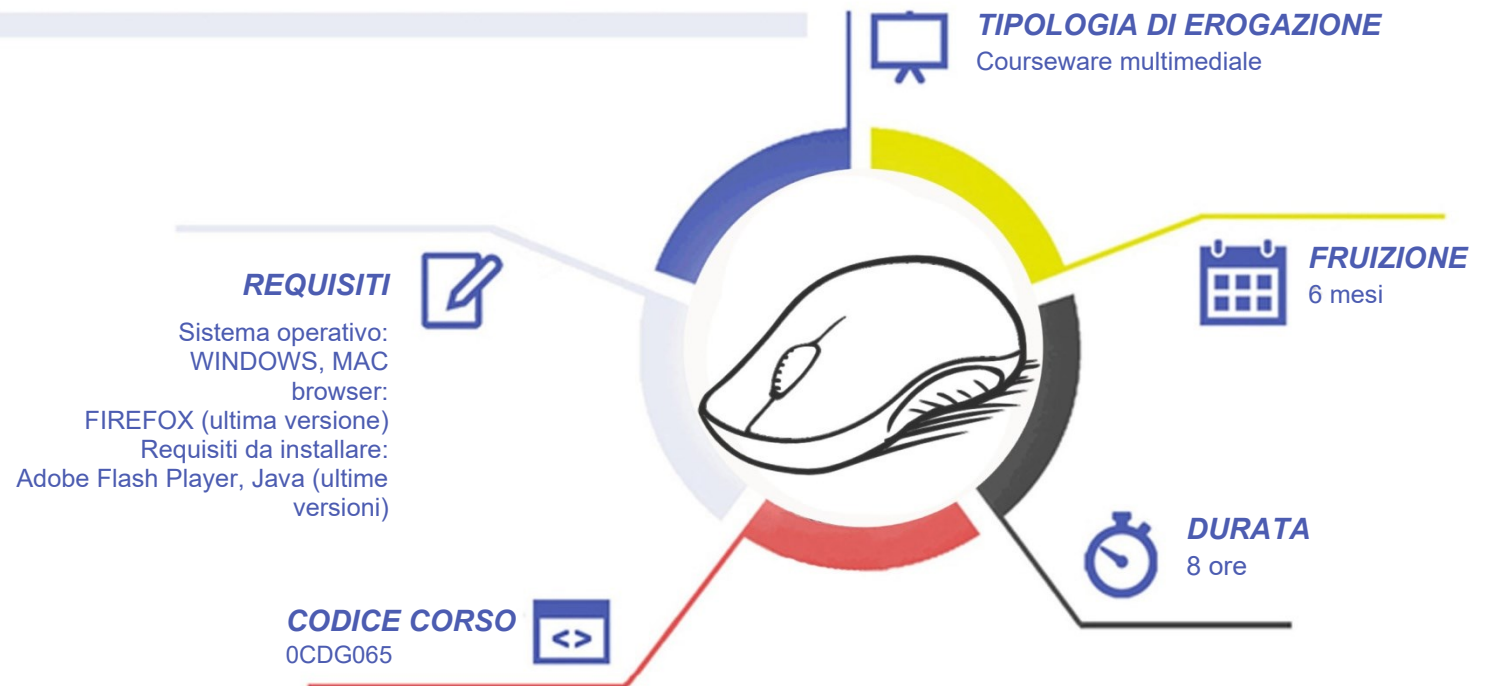
Il Marketing nei canali video

A CHI SI RIVOLGE

Il corso è rivolto a chiunque voglia approfondire le proprie conoscenze nel contesto del social marketing. Non sono necessarie competenze di base.

OBIETTIVI

Nel web sempre di più si pensa ad ascoltare e vedere per capire e i numeri ci mostrano una via oramai tracciata: il video in rete è il presente della comunicazione. Sono davvero molte le strategie di marketing dirette ed indirette che possono essere affrontate con i video, strategie che vedremo assieme con anche molti esempi pratici utili a stimolare l'ingegno di ognuno di voi. Al giorno d'oggi basta un normalissimo Smartphone per dare voce ai propri prodotti e servizi in modo assolutamente vincente. L'obiettivo del corso è quindi quello di illustrare in modo metodico quali siano le principali strategie di marketing nei tanti e differenti canali video oggi presenti, ovviamente partendo dai due principali Instagram e Youtube, senza però tralasciare i nuovi canali emergenti come Tik Tok.



COMPETENZE DIGITALI

CONTENUTI

Introduzione

- Presentazione del corso
- L'evoluzione dei video
- Accenni di Content Marketing
- L'arrivo degli smartphones
- Lo sviluppo del Mobile Marketing
- Video orizzontali o verticali

Video

- Le regole davanti alla videocamera
- I fondamentali per presentarsi
- Gli strumenti minimi
- "Stories", un nuovo modo di comunicare ma anche un'ottima palestra
- Creare una strategia video

Il Video Marketing

- I dati legati ai video
- Le piattaforme
- Il perché di un video

YouTube

- Prima di aprire il canale YouTube
- Il funzionamento generale
- La community di YouTube
- L'App Youtube e differenze con il Desktop
- Come le persone arrivano a YouTube
- Ottimizzare un canale YouTube
- Ottimizzare un video YouTube
- Il Watch Time
- Gli strumenti inclusi in YouTube
- YouTube Analytics
- Gestione del canale
- I sottotitoli
- Analizzare i risultati

Facebook

- Facebook non è YouTube
- Come le persone trovano i video su Facebook
- L'impostazione della sezione video nella pagina
- Le possibilità dei video sulla piattaforma
- Analizzare i risultati

Instagram

- Il social del momento e del futuro
- Come le persone stanno utilizzando Instagram
- Possibilità di Video
- IGTV e le sue funzionalità
- Analizzare i risultati

Uno sguardo alle nuove tendenze

- Snapchat e Tik Tok
- Le dirette Live
- Gli strumenti di produzione

I VANTAGGI DELL'E-LEARNING

- Risparmio in termini di tempi/costi - Piattaforma AICC/SCORM 1.2 conforme agli standard internazionali - Accessibilità ovunque e in ogni momento
- Possibilità di rivedere le lezioni anche dopo aver terminato il corso

COMPETENZE DIGITALI

ESERCITAZIONI

All'interno del corso vi saranno momenti di verifica aventi come oggetto domande attinenti all'argomento appena trattato. In caso di risposta errata, l'utente non potrà proseguire o concludere la formazione se non affrontando nuovamente il momento di verifica.

SUPERAMENTO

Una volta seguite tutte le lezioni proposte nella loro interezza di tempo è possibile ottenere l'attestato di superamento del corso.
Gli attestati conseguibili sono nominali per singolo corso ed è possibile ottenerli solo al corretto completamento del momento formativo finale.

CERTIFICAZIONI

Gli attestati rilasciati permettono di acquisire competenze secondo quanto indicato dal Framework DigComp 2.1 e, quindi, sono in grado di attestare in maniera oggettiva le competenze digitali necessarie per operare correttamente a livello professionalizzante nel lavoro in Europa.

I VANTAGGI DELL'E-LEARNING

- Risparmio in termini di tempi/costi - Piattaforma AICC/SCORM 1.2 conforme agli standard internazionali
- Accessibilità ovunque e in ogni momento - Possibilità di rivedere le lezioni anche dopo aver terminato il corso