

# Fabrizio Faraco

esperto di ICT e Social network, già manager in imprese italiane e Multinazionali

## H2H MARKETING, IMPORSI SUL MERCATO CON LE RELAZIONI, TRA STORYTELLING E BRAND LOVE

### Obiettivi

- Saper ideare un documento strategico di marketing digitale;
- Predisporre un piano dei contenuti per creare engagement e relazioni;
- Saper individuare le comunità d'interesse rispetto alla strategia identificata;
- Organizzare la fase operativa: scelta e iscrizione alle comunità rilevanti, elaborazione del piano di conversazione e ingaggio con i referenti di riferimento e generazione dei contenuti al fine di preparare una eventuale strategia di presenza online: Focus su LinkedIn;
- Preparare e gestire in autonomia l'account linkedin.

### Contenuti principali

- Come è cambiato il marketing: dall'outbound all'inbound;
- L'utente al centro e il dovere dell'Azienda di ascoltarlo;
- Il futuro che abbiamo davanti è sempre più social: Un nuovo paradigma e la nuova interconnessione tra gli individui;
- Il marketing per la generazione di valore;
- Farsi trovare dai potenziali clienti;
- I tratti e gli strumenti del consumatore sociale;
- Dallo ZMOT all'Omnichannel: il percorso dell'utente col passaggio continuo online-offline grazie anche al mobile e alla condivisione;
- TouchPoints come strumenti per lo sviluppo dell'engagement e momenti di creazione delle storie oltre che relazioni business;
- e Apple: due casi emblematici di Fusion Communication, uno che ci spiega il successo di un brand tradizionale, l'altra che ci fa capire come senza di essa non esisterebbe;
- Nelle scarpe del consumatore: dalla segmentazione alle persone, dalle caratteristiche del prodotto al CustomerPain come base del Customer Centricism;
- Il Branding come riflesso dalla cultura aziendale;
- Brand Experience e mercato, dal Like al Love: come creare la Brand Experience e trasformarla ogni giorno;
- Trunk Club, Apple e Lego dalla loro esperienza le tattiche più efficaci per costruire la Brand Experience;
- Le basi dello Storytelling: il consumatore eroe, l'emozione e il risolvere una situazione; la curva della storia;
- Muoversi in tempo reale e a livello di persona;
- Utilizzare il content marketing: pubblicare contenuti, creare rete e condividere;

- Centralità del processo di comunicazione e condivisione in rete tra i consumatori: Assumere un ruolo attivo nelle interazioni per non perdere opportunità;
- Le caratteristiche ed i requisiti fondamentali per creare una presenza on line.

**Durata:** 1 giornata – Giovedì 28 aprile 2016 (dalle 10.00 alle 18.00)

Il corso è articolato in modo interattivo e prevede una sessione guidata su LinkedIn e una sessione interattiva di cristallizzazione degli apprendimenti. Smartphone, tablet o pc consigliato.

**Destinatari:** Imprenditori e dirigenti di aziende, soprattutto responsabili della comunicazione e responsabili risorse umane, sia di grandi imprese che di piccole imprese interessate a gestire la presenza digitale dell'impresa e personale anche senza essere esperti.

**Sede di svolgimento:** Federmanager Academy, Via Ravenna 14, 00161 Roma; e-mail: [info@federmanageracademy.it](mailto:info@federmanageracademy.it)