

Seminario

LINKEDIN E I CANALI SOCIAL PER IL COMMERCIO ESTERO B2B

Martedì 10 maggio 2016

ore 9.30 – 13.00 e 14.00 – 17.00

Camera di commercio di Ravenna



Docente:

Roberto Fuso Nerini – The Vortex

Esperto in Marketing e Comunicazione con una spiccata propensione verso i new media e il digital. Expertise nello sviluppo di strategie di comunicazione, nella gestione clienti e nel management di agenzie locali e internazionali. Dal 2007 ha portato l'esperienza consolidata nella comunicazione nei settori della comunicazione web e sui nuovi media digitali collaborando.

Associate presso The Vortex, le principali aree di competenza sono web marketing, social media marketing, e-commerce, relazione digitale e reputation.

Il seminario si articolerà in **quattro ore di lezione frontale** e in un **pomeriggio operativo**.

Numero MAX partecipanti totali: 15

Quota di partecipazione:

Euro 100,00 + Iva a persona (Euro 90,00 + Iva a persona per gli abbonati a International Trade 2016).

Sconto 10% a partire dal terzo partecipante aziendale iscritto al seminario (i primi 2 pagano quota intera).

Info: Cinzia Bolognesi, tel. 0544 481415,
cinzia.bolognesi@ra.camcom.it

Programma

Mattina

Introduzione: scenario dei social B2B a livello mondiale

LinkedIn, il social B2B per eccellenza

- L'architettura di LinkedIn: profilo personale, pagina aziendale, gruppi di discussione
- LinkedIn come piattaforma di contenuto: da LinkedIn Pulse all'integrazione con Slideshare
- Gli strumenti di analisi della performance su LinkedIn
- La strategia di acquisizione contatti su LinkedIn: inbound marketing e relazione oppure advertising?

Le alternative a LinkedIn

- Viadeo: il social B2B per il target francofono
- Xing: il social B2B più diffuso in Germania e Austria
- Quora: l'interazione al centro
- Come presidiare le community professionali e i forum

Twitter

- Twitter per le aziende: utilizzo strategico sul mercato estero
- Incrementare la base fan con Twitter Advertising

Pomeriggio operativo:

Workshop: come ottenere nuove opportunità di business con i social B2B