ASSOLOMBARDA SERVIZI
SOCIETÀ BENEFIT

INFLUENCER MARKETING: ISTRUZIONI PER L'USO

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il corso "Influencer Marketing: istruzioni per l’uso" è organizzato congiuntamente dall’Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo – ALMED dell’Università Cattolica e da UPA Academy, unendo competenze accademiche e professionali di eccellenza. L'obiettivo principale è quello di fornire un aggiornamento completo e un approfondimento dettagliato sui temi dell'influencer marketing, ponendo particolare attenzione al processo di definizione, scelta e configurazione di partnership strategiche con le aziende. Verranno trattati anche gli strumenti di valutazione e misurazione delle campagne, tenendo conto sia degli sviluppi recenti del settore sia dei progressi delle ricerche accademiche in questo ambito. In sintesi, il corso si propone di fornire ai partecipanti una conoscenza approfondita e aggiornata, preparandoli a gestire con competenza le attività di influencer marketing e a sfruttare al meglio le opportunità offerte da questo settore in continua evoluzione. Il programma del corso include interventi di esperti del settore, tra cui ricercatori e professionisti che condividono la loro esperienza e le loro competenze, e l’analisi di numerose case history significative. La metodologia adottata ha un taglio applicativo e pratico e prevede anche l’elaborazione di un project work in cui i partecipanti potranno mettere in pratica quanto appreso. La modalità di erogazione prevista è blended, con lezioni online e due momenti in presenza all’inizio e a conclusione del corso.

PROGRAMMA

PROGRAMMA DIDATTICO:

1. Fondamenti di Influencer Marketing (Lezione in presenza c/o Università Cattolica)
– Cos'è e come funziona: un'introduzione al mondo dell'influencer marketing
– Applicazioni e vantaggi: identificare le opportunità e i benefici derivanti dall'uso di questa strategia
– Sfide e limitazioni: riconoscere le possibili criticità e le soluzioni per superarle
– Piattaforme e Canali Social: panoramica generale, un'analisi delle piattaforme social più utilizzate dalle aziende; focus su LinkedIn e YouTube, un approfondimento sull'utilizzo di queste piattaforme per strategie di influencer marketing mirate

2.Strategie di Comunicazione in B2B e B2C
– Differenze e approcci: analisi delle tecniche e delle strategie efficaci per i mercati B2B e B2C

3.Criteri per la Selezione degli Influencer
– Parametri tradizionali: esame della fan base e di altri indicatori classici
– Parametri strategici: valutazione dei profili social del brand e degli influencer, del tono di voce e di altri canali digitali
– Parametri innovativi: considerazione di elementi non convenzionali come attività offline, eventi e iniziative territoriali

4.Processi di Scelta e Gestione degli Influencer
– Determinazione del processo decisionale: ruolo delle aziende, editori e agenzie nella selezione degli influencer
– Gestione diretta vs mediata: confronto tra i diversi approcci di gestione e i rispettivi vantaggi e svantaggi

5.Modelli di Collaborazione
– Briefing e pianificazione: creazione di una base solida per collaborazioni efficaci
– Gestione dei progetti: strategie per la gestione di progetti complessi e chiavi in mano

6.Aspetti Legali e Considerazioni Economiche
– Contratti e regolamenti: linee guida per la redazione di contratti chiari e conformi alle normative vigenti
– Budgeting e costi: approcci per la pianificazione e gestione dei costi

7.Normativa e Regolamentazione
– Quadro legislativo: esplorazione delle normative pertinenti, comprese quelle emanate da IAP, AGCOM e AGCM

8.Gestione delle Crisi e della Reputazione
– Strategie di mitigazione: metodi per prevenire e gestire crisi reputazionali nel contesto dell'influencer marketing

9.Analisi delle Performance e KPI
– Definizione e monitoraggio degli obiettivi: identificazione dei KPI e misurazione dell'efficacia delle campagne
– Strumenti di analisi: tecniche per la raccolta e l'interpretazione dei dati di performance

10.Project Work (Lezione in presenza c/o Assolombarda)
– Sperimentazione pratica: sviluppo di un progetto concreto per mettere in pratica le conoscenze acquisite

OBIETTIVI FORMATIVI

• Offrire una formazione completa sulle potenzialità e i limiti dell'influencer marketing, sulla base dei più recenti sviluppi del settore
• Fornire strumenti e indicazioni di carattere operativo per ottimizzare l'investimento e la costruzione di strategie di influencer marketing
• Comprendere come gestire le criticità più significative: scelta degli influencer e misurazione delle attività
• Conoscere le tipologie di collaborazioni attivabili e la loro modalità di gestione
• Orientarsi in merito alla regolamentazione e normativa di riferimento

DESTINATARI

Responsabili marketing, responsabili comunicazione, professionisti e imprenditori che desiderino approfondire gli strumenti fondamentali per pianificare e mettere in campo attività di influencer marketing di successo, ma anche neolaureati e laureati che vogliano ampliare la propria conoscenza in merito al tema del corso. Il percorso formativo è, in particolare, pensato per implementare le strategie delle piccole e medie imprese.

DOCENTI

La faculty sarà costituita da un team selezionato di ricercatori di alto profilo, noti per la loro esperienza e competenza sia sui temi del corso sia nella formazione executive, e di professionisti con una consolidata esperienza pratica, individuati soprattutto all'interno delle istituzioni promotrici del corso e del tessuto di imprese associate ad Assolombarda: Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo – ALMED dell'Università Cattolica e UPA Academy.
L'obiettivo è di garantire un mix equilibrato di conoscenze accademiche e pratiche, oltre a un approccio didattico basato su una solida ricerca e su case study reali.

Profilo ALMED
L'Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo – ALMED è la struttura dell'Università Cattolica del Sacro Cuore preposta alla formazione post-laurea nel campo dell'informazione giornalistica e di settore e della comunicazione al servizio delle imprese, dei media, delle istituzioni e dei territori.
ALMED si distingue per l'attenzione al mercato e ai bisogni che esprime, per l'aggiornamento continuo dei percorsi di formazione, per l'attenzione a coniugare sguardo strategico e competenze operative.
Almed promuove l'innovazione nella comunicazione, con particolare attenzione ai fenomeni del digitale e dei social media, e si occupa di formare professionisti specializzati nei settori strategici della comunicazione e dello spettacolo: giornalismo e informazione, comunicazione d'impresa e strategie digitali, ideazione e produzione di eventi culturali e artistici, comunicazione specializzata e di settore, radio, cinema televisione, web, produzione e gestione di audiovisivi.

Profilo UPA Academy
UPA è l'associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia, con oltre 400 aziende associate.
Attraverso il brand UPA Academy organizza numerosi corsi di formazione, con l'obiettivo di fornire costante aggiornamento ai manager d'azienda e la formazione dei giovani interessati ad intraprendere una carriera nel marketing e nella comunicazione.
UPA Academy organizza inoltre alcuni Master di approfondimento verticale sui temi più rilevanti della pubblicità e della comunicazione.

NOTE

Il corso ha una durata di 30 ore suddivise in 10 lezioni da 3 ore ciascuna.

La prima e l'ultima lezione saranno svolte in presenza, rispettivamente presso l'Università Cattolica di Milano e Assolombarda Sede di Milano.

Le restanti lezioni saranno erogate in modalità live webinar, con la possibilità di partecipare via web o app con l'utilizzo di pc o smartphone.

I partecipanti iscritti riceveranno tutte le istruzioni di partecipazione e le slide del docente il giorno lavorativo prima del corso.

Il corso non è video-registrato.

REQUISITI

LEZIONI WEBINAR:

- Pc o smartphone
- Buona connessione internet
- Microfono e webcam attivi

REFERENTI

Davide Inclimona (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)
Arianna Marchianò (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA