**CORSO IN**

* **SOCIAL MEDIA MARKETING PER DESTINAZIONI TURISTICHE**
* **FP UNIONCAMERE “Sportello Turismo” 2011-2012**
* **c/o i locali della Camera di Commercio di Brindisi/Isfores**
* **Via Bastioni Carlo V – Brindisi**
* **PRIMO MODULO**
* *14 e 15 aprile 2014 (dalle 10:00 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 18:00)*
* **LE STRATEGIE 2.0 PER IL TURISMO**
* Il modello di gestione turistica 2.0
* Il nuovo turista crossumer e prosumer: l‘importanza della
* L’esperienza del turista
* Il cambio di paradigma nella comunicazione
* L’intelligenza collettiva: strategie e azioni di crowdsourcing
* Come dettare i trend: coolhunting
* **IL PIANO DI MARKETING TURISTICO 2.0**
* Strategie di Destination Social Media Marketing
* Definizione degli obiettivi, progettazione, pianificazione
* Gestione operativa del Destination Social Media Marketing
* La creazione della brand digital identity
* Strategia di comunicazione 2.0
* Studio ed analisi casi pratici
* **SECONDO MODULO**
* *13 e 14 maggio 2014 (dalle 10:00 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 18:00)*

**CONTENT MARKETING**

* Piano di Comunicazione Integrata & Strategia di Content Marketing
* Creazione, selezione e gestione dei contenuti: tipologia, linguaggio, diffusione
	+ Video & Immagini: il futuro è visual
	+ Blog & Blogger: strategia, tipologie, linguaggio
	+ Storytelling turistico: modelli di successo
	+ tudio ed analisi casi pratici

**WEB MARKETING E EMAIL MARKETING**

* Permission Marketing
* L’e-mail marketing di successo: ottimizzazione delle azioni
* Gestione pubblicità online: SEM,PPC,CPM
* Studio ed analisi casi pratici

**VIRAL MARKETING E RACCOMANDAZIONI**

* Gestione delle raccomandazioni: generare fiducia, motivare, incentivare, gestire
* Influencer, evangelist & advocat: i nuovi alleati delle destinazioni
* Creare community e reti di contatto
* Idee virali: creare, lanciare e incentivarne la diffusione
* Studio ed analisi casi pratici
	1. **TERZO MODULO**
* *3 e 4 giugno 2014 (dalle 10:00 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 18:00)*

**SOCIAL MEDIA MARKETING & STRATEGY**

* Il linguaggio dei social media: come parlare ai turisti
* Come creare un Social Media Plan: obiettivi e strategie
* Integrazione del Social Media Marketing nella strategia di comunicazione e promozione
* Posizionamento di brand e lancio prodotti: attirare e fidelizzare
* Come trarre il massimo della presenza nei social media
* Studio ed analisi casi pratici

**SOCIAL MEDIA MANAGEMENT & DESTINATION COMMUNITY MANAGEMENT**

* Community Manager e la destinazione: competenze e strumenti (La giornata tipo di un CM; Le principali attivita’)
* La gestione delle reti sociali
* Studio ed analisi casi pratici

**GESTIONE DELLA REPUTAZIONE, VISIBILITA’, IMMAGINE**

* Identità digitale e gestione della reputazione online
* Definizioni dal punto di vista del turista: ORM
* Strategie e Piano di online reputation
* Strumenti di analisi, indicatori e target
* Studio ed analisi casi pratici