



RU.08reg Monitorare la comunicazione aziendale con gli strumenti della social media policy

Corso FINANZIATO DA REGIONE LOMBARDIA - Bando Formazione continua - Fase VI

FINALITÀ

In epoca di digital transformation la comunicazione delle aziende passa sempre più attraverso un'ottica multicanale in cui i social media hanno un ruolo centrale. Per le aziende è diventato ormai imprescindibile gestire e monitorare le conversazioni online e offline per massimizzare le opportunità ed evitare i rischi.

La maggior parte degli "incidenti" sui social media che vedono protagonisti i dipendenti scaturiscono dalla mancata consapevolezza che le loro azioni e il loro comportamento possono generare conseguenze potenzialmente anche negative sulla reputazione del datore di lavoro. Per questo è essenziale presentare ai dipendenti alcune linee guida per aiutarli a trarre il meglio da questi mezzi di comunicazione.

Esiste un sistema di valori di cui l'azienda è portavoce - parità, tutela del gender, rifiuto del razzismo, dell'omofobia, attenzione alle politiche green - e su cui il dipendente deve essere formato?

Attraverso la comunicazione le imprese utilizzano la forza di diffusione dei social con lo scopo di migliorare brand reputation e brand awareness. Oltre ai profili aziendali, anche quelli personali dei dipendenti possono contribuire alla costruzione e al rafforzamento dell'immagine dell'azienda. Dal lato opposto, la società dovrà considerare i rischi di un utilizzo scorretto dei social. Sono numerosissimi i casi in cui un post, una foto o anche un like sono in grado di danneggiare carriere o addirittura aprire la strada a sanzioni e licenziamenti. Per questo diventa fondamentale che le aziende si dotino di una social media policy, con principi definiti e regole chiare, che illustri ai dipendenti come possono diventare essi stessi ambassador dell'azienda ed evitare di danneggiarla e di incorrere in sanzioni.

In sintesi, il corso ha l'obiettivo di presentare:

- Gli strumenti che consentono di gestire e monitorare la comunicazione e la brand reputation sul web e non solo
- Quali sono le best practice della comunicazione aziendale e le guidelines necessarie per la comunicazione di dipendenti e collaboratori
- Quali sono le azioni corrette per non "distruggere" la propria reputazione digitale
- Gli strumenti per costruire una social media policy efficace

DESTINATARI

Il corso è destinato ai manager, alle funzioni Marketing, Comunicazione, Digital Communication, Affari Legali e Regolatori.

PROGRAMMA

Modulo 1 – 16h

- Cosa è la brand reputation
- I brand: dalla scatola nera alla scatola di vetro (il tema dell'ipervisibilità)
- Come si monitora (offline e online)
- Qual è l'approccio data driven alle scelte strategiche di marketing e comunicazione
- Quali kpi considerare
- Competitive intelligence come monitorare i propri competitor
- Costruire un hub unico che integri i kpi dai vari tool di monitoraggio

Modulo 2 – 16h

- Quali sono il contesto e quadro normativo
- Libertà di espressione e limiti di utilizzo dei social network
- Le differenze tra account privati e le implicazioni connesse all'essere dipendente di azienda
- Il valore di una comunicazione social efficace per la costruzione di una brand awareness. I dipendenti come brand ambassador.
- Case study e buone pratiche di social media policy
- Come costruire una social media policy efficace





DOCENZA

dott. Aldo Cristadoro – Avv. Ester Viola

SVOLGIMENTO

32 ore.

Il calendario verrà definito a raggiungimento numero minimo di partecipanti, sufficienti a formare l'aula

COSTI

€ 1500,00 + iva per Aziende Associate/Non Associate

Il corso è finanziato tramite il Bando Formazione Continua Fase VI e rientra nel Catalogo delle offerte di formazione continua proposto da Servizi Confindustria Bergamo srl.

Gli interventi formativi del catalogo sono finanziati attraverso un voucher riconosciuto direttamente all'impresa per fruire di corsi di formazione da scegliere nell'ambito di un catalogo regionale.

Ciascun lavoratore può richiedere fino a 2.000 euro di voucher all'anno. L'azienda, invece, ha a disposizione fino a 50.000 euro l'anno.

La richiesta del voucher deve essere effettuata tramite piattaforma bandi.servizirl.it.

