

LA COMUNICAZIONE FIERISTICA NELL'ERA DIGITALE

Come sviluppare le competenze per promuovere online e offline i propri servizi e i propri eventi.

3-10-17-24-31 ottobre

Il programma formativo sulla tematica digital ha incontrato l'interesse degli associati e può già contare sulle sessioni primaverili realizzate a Longarone/Padova e a Bologna.

Di seguito il **programma delle giornate** della sessione autunnale di ottobre, unitamente alla scheda di partecipazione, che vi chiediamo di reinviare all'indirizzo: formazione@aefi.it

La sede del corso sarà Bologna, presso BolognaFiere.

1° SCENARIO	Che cos'è la Comunicazione nell'Era Digitale? Cosa è cambiato nel settore fieristico? L'analisi e gli insight.
2° STRATEGIE OMNICHANNEL	L'entropia comunicativa richiede un approccio strategico integrato.
3° SOCIAL MEDIA BUSINESS	Dalla comunicazione degli eventi a quella di servizio: il ruolo cruciale dei social; l'importanza dei contenuti e degli strumenti.
4° IL PIANO EDITORIALE	Dalla teoria alla pratica: come si realizzano contenuti di successo.
5° MARKETING DEGLI EVENTI e REAL TIME MARKETING	Nuovi strumenti a supporto della comunicazione degli eventi.

1° GIORNATA, 3 OTTOBRE 2017

ore 10. 00:

- Presentazione reciproca e raccolta delle aspettative relative al corso
- Panoramica dei contenuti delle cinque giornate
- Cosa è diventata la Comunicazione Fieristica nell'Era Digitale

ore 13. 00: Pranzo

ore 14. 00:

- Digital Marketing, Web Marketing e Marketing delle Relazioni: i nuovi paradigmi passano dal web
- Come è cambiato il processo di scelta con l'Internet of Things (IOT)
- Feedback dall'aula

ore 17. 00: Chiusura dei lavori



2° GIORNATA, 10 OTTOBRE 2017

ore 10. 00:

- La Comunicazione Strategica, la Digital Strategy e l'Omnichannel Strategy: l'importanza di una comunicazione integrata per vendere il proprio messaggio e il proprio servizio
- Come comunica il mondo degli eventi: valori, codici, numeri e strategie

ore 13. 00: Pranzo

ore 14. 00:

- Come realizzare una strategia omnichannel: canali propri, guadagnati e a pagamento; sito, brochure, POP, catalogo, blog, DEM, stand e adv: tutto quello che serve sapere, saper fare e saper far fare
- La Web Reputation e il Buzz Marketing: analisi delle strategie di comunicazione dei best player internazionali nell'organizzazione degli eventi, cosa raccontano online e offline, come comunicano nel loro sito e sui loro canali social, come utilizzano l'adv; quali sono gli strumenti e metodi per eseguire tali analisi
- Feedback dall'aula

ore 17. 00: Chiusura dei lavori

3° GIORNATA, 17 OTTOBRE 2017

ore 10. 00:

- Social Media Trend: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Snapchat e Youtube

ore 13. 00: Pranzo

ore 14. 00:

- Cosa possiamo fare sui canali social e cosa possono fare loro per noi: l'ascolto della rete, Il live tweeting via Twitter, i video report su Youtube, le rubriche testuali su LinkedIn e quelle visuali su Pinterest, le dirette su Facebook, i contest su Instagram e molto altro ancora
- Feedback dall'aula

ore 17. 00: Chiusura dei lavori

4° GIORNATA, 24 OTTOBRE 2017

ore 10. 00:

- Content is (still) the King: come realizzare un piano editoriale di successo e come declinarlo sui nostri canali

ore 13. 00: Pranzo

ore 14. 00:

- Quali strumenti utilizzare per l'analisi, la pianificazione, la programmazione e la valutazione dei risultati
- Come individuare le fonti di contenuti di interesse e gli influencer negli eventi fieristici
- Feedback dall'aula



ore 17. 00: Chiusura dei lavori

5° GIORNATA, 31 OTTOBRE 2017

ore 10. 00:

- Cos'è il Real Time Marketing e quali sono le opportunità per gli organizzatori di eventi
- Marketing non convenzionale: dal guerriglia Marketing ai flash mob, le emozioni che incrementano il successo
- Come lanciare un nuovo evento nell'Era Digitale: le attività da pianificare step by step
- Gli elementi di lancio online: minisito, landing page, DEM, dalla teoria alla pratica gli strumenti più utili

ore 13. 00: Pranzo

ore 14. 00:

- Gli elementi di lancio offline: volantini, espositori, locandine e cartellonistica, vele e stand: dalla teoria alla pratica come scegliere gli strumenti più utili
- Come utilizzare la pubblicità online e offline: radio, sms, banner e retargeting: elementi per un'analisi critica delle opportunità in relazione alle esigenze (e al budget)
- Feedback dall'aula

ore 17. 00: Chiusura dei lavori

Docenti

Ing. Emanuela Berna

Docente Accreditato per la Regione Veneto e Consulente Formatore in Strategie di Marketing e Comunicazione Digitale, si occupa da più di dieci anni di supportare le aziende nell'utilizzo dei canali digitali orientandoli agli obiettivi di business.

Dott. Tiziana Tronchin

Titolare di Tsearch, società di selezione e formazione del personale dal 1994, Titolare dal 2000 di Tcontact Società di Comunicazione, Ufficio Stampa ed Organizzazione di Eventi.

Dal 2002 Docente Accreditato per la Regione Veneto e consulente aziendale sulle tematiche dei cambiamenti comportamentali legati alla comunicazione e alla vendita.

FORMAZIONE 2017

LA COMUNICAZIONE FIERISTICA NELL'ERA DIGITALE

Come sviluppare le competenze per promuovere online e offline i propri servizi e i propri eventi

Percorso di formazione della durata di 30 ore, sviluppato in 5 giornate di 6 ore ciascuna.

Dedicato a chi si occupa di comunicazione e di marketing e desidera approfondire la conoscenza dei media attuali per coglierne tutte le potenzialità in continua evoluzione. Tratterà aspetti teorici e pratici, per aumentare le competenze digitali e il saper fare con particolare attenzione alle sfide del settore fieristico.

La Fiera

Incaricato dei contatti

e-mail

- **conferma l'interesse a partecipare**, attraverso propri collaboratori, al percorso formativo "La comunicazione fieristica nell'era digitale" organizzato da AEFI e con le caratteristiche specificate nella scheda di sintesi allegata.

- SESSIONE AUTUNNALE** (cinque giornate da sei ore)
Bologna (presso BolognaFiere), martedì 3 – 10 – 17 – 24 – 31 Ottobre

Numero di collaboratori che si intende far partecipare al corso: _____

- Il costo sarà di Euro 500,00 per partecipante (+IVA se dovuta)

- Segnala di essere interessato a verificare la fattibilità di **finanziamento tramite fondi paritetici**
Specificare nome del fondo a cui si è iscritti: _____

Luogo, data

Timbro e firma

Da ritornare via mail a: formazione@aefi.it