



LA COMUNICAZIONE DIGITALE NELLA VENDITA DI UNA MANIFESTAZIONE

Come utilizzare al meglio i canali online per influenzare l'acquisto dell'esperienza fieristica.

Percorso di formazione della durata di 18 ore, sviluppato in 3 giornate: mercoledì **13, 20 e 27 novembre**. La sede prevista è **Verona** (come di consueto potrà essere eventualmente ridefinita in funzione delle adesioni).

In particolare, il **nuovo corso** proposto per quest'anno:

- è dedicato a chi si occupa di comunicazione e di marketing e desidera affrontare i temi della **vendita del settore fieristico** con particolare attenzione al ruolo della comunicazione
- si pone come **naturale proseguimento** per quelli che hanno già partecipato negli anni precedenti al Corso di Comunicazione Digitale Base e al Corso sullo Storytelling e la Narrazione Fieristica
- offre spunti di **pratica utilità** per tutti coloro che desiderano rimanere aggiornati in un mondo in continua evoluzione come quello digitale.

Il programma delle tre giornate è il seguente:

1° GIORNATA, mercoledì 13 novembre 2019, ore 10.00-17.00, pausa colazione delle 13.00 alle 14.00

DIGITAL IDENTITY - Cosa si intende per identità digitale e perchè è importante averne una

- Cosa si intende per digital identity e per brand identity
- Come creare un'identità forte e facilmente comunicabile
- La vendita nell'era digitale: cosa è cambiato?
- Feedback dall'aula

2° GIORNATA, mercoledì 20 novembre 2019, ore 10.00-17.00, pausa colazione delle 13.00 alle 14.00

RELAZIONI DIGITALI - Come creare e mantenere relazioni digitali con i propri visitatori, espositori e stakeholder

- Quali sono le tecniche di vendita più efficaci
- LinkedIn e i business network: come usarli al meglio
- Come cambia la customer experience online con i chatbot
- Feedback dall'aula

3° GIORNATA, mercoledì 27 novembre 2019, ore 10.00-17.00, pausa colazione delle 13.00 alle 14.00

STRUMENTI, CANALI E BEST PRACTICE - Come scegliere i canali migliori per comunicare e vendere online

- Come scegliere e utilizzare i canali che meglio raccontano la nostra realtà
- Come studiare i comportamenti di acquisto per progettare piattaforme online (Customer Journey)
- Casi di successo e trend di settore
- Feedback dall'aula.

Docenti saranno Emanuela Berna e Tiziana Tronchin che già da tre anni ci seguono in questo percorso formativo.