MAS 2016 - I Social Media per la Cultura: crearli, farli crescere, raggiungere il successo

Docente: Andrea Maulini

Workshop 1
Giovedì 21 aprile – 9.30/18.30

Una nuova comunicazione per le strutture culturali
La comunicazione web e social: caratteristiche, specificità, utilizzi per le strutture culturali
Comunicazione web e social e comunicazione tradizionale: linguaggi, target, tempistiche
Il piano di comunicazione
Vision, mission, valori: come costruire e declinare un concept di comunicazione.

Web e Social media per la cultura
I social media importanti per la cultura: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest; come utilizzarli, per cosa, case history ed esempi nel settore culturale
Gli altri social media e i loro possibili utilizzi nel settore culturale: Linkedin, Google+, Storify, Vimeo, …

Laboratorio
Esercitazioni e analisi delle case history dei partecipanti (formula Open)

Workshop 2
Venerdì 22 aprile – 9.30/18.30

I 3 principali obiettivi: Raccontare, Promuovere, Coinvolgere

Il primo obiettivo: Raccontare (storytelling)
- Cosa raccontare
- Quando
- Con quali mezzi
- Analisi di case history di rilievo

Il secondo obiettivo: Promuovere
- Cosa e come comunicare
- Quali mezzi sono più adatti a cosa

- L'importanza delle campagne Google AdWords e Facebook Ad
- Analisi di case history di rilievo.

Il terzo obiettivo: Coinvolgere (engagement).
Coinvolgere per aumentare la reputation sui social
Creare "legami" stretti con i propri utenti
Attivare l'engagement, farlo crescere
Organizzare un contest:

- su Facebook
- su Twitter
- su YouTube
- su Instagram
- …

Laboratorio
Esercitazioni e analisi delle case history dei partecipanti (formula Open)

Workshop 3
Sabato 23 aprile – 9.30/17.30

Comunicare attraverso i social media
Comunicare attraverso i social media: come scrivere, come scegliere immagini e video efficaci.
In particolare:

- I testi: conciliare brevità ed efficacia, quali le parole da usare e da non usare, come scrivere i testi per i diversi media
- Le immagini: quali sono più adatte per la comunicazione web e social. Come differenziare le immagini tra i diversi media
- I video: come creare un video virale. Come differenziare i video tra i diversi media.

L'analisi della performance

- Analizzare i dati di performance: sul sito, su Facebook, sugli altri social
- Misurare il ritorno economico – Social media ROI.

Costruire una campagna di comunicazione social

- Creare un sistema complesso
- Quali social, per quali target, con quali utilizzi
- Il ruolo del sito all'interno del sistema
- Creare un piano editoriale: cosa dire, dove, quando.

Esercitazione in aula
Creazione del sistema web e social più adatto alla realtà di ciascun partecipante.

Laboratorio
Esercitazioni e analisi delle case history dei partecipanti (formula Open)

Ogni giornata prevede esercitazioni pratiche e spazi per le domande dei partecipanti.

Andrea Maulini è consulente di marketing e comunicazione della cultura e dello spettacolo. Collabora, o ha collaborato, con alcune tra le principali istituzioni italiane e internazionali, come Piccolo Teatro di Milano, Festival dei 2Mondi di Spoleto, Festival Puccini di Torre del Lago, Opera di Firenze, Teatro Eliseo di Roma, Teatro di San Carlo di Napoli. In questa veste ha creato sistemi di digital marketing di grande successo, che hanno avuto rilevanza internazionale.

E' docente in corsi e master per numerose università e scuole di formazione, quali Accademia Teatro alla Scala, Demetra Formazione, Fondazione Fitzcarraldo, SDA Bocconi, Università Bocconi, Università di Bologna

Contatti:

Management dell'Arte e dello Spettacolo
Segreteria organizzativa
cell: 324.800.71.81 (Lunedì-Venerdì dalle 11 alle 12)
mail: managementspettacolo@gmail.com
web: www.managementartespettacolo.com