



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

Formarsi per Competere

"La parola crisi, scritta in cinese, è composta di due caratteri. Uno rappresenta il pericolo, l'altro rappresenta l'opportunità." John Fitzgerald Kennedy nel 1959

Elenco dei Corsi

1. La crisi da pericolo a opportunità: la Comunicazione e il Marketing per vincere le sfide del mercato
2. Social Network e web 2.0 per le aziende, come risultare interessanti nei mercati virtuali, per vendere in quelli reali...
3. Organizzare al meglio la vita dell'azienda ed essere efficienti: creare, gestire e condividere facilmente documenti, files, progetti, lavoro, e-mail, scadenze.
4. Personal Branding: Ognuno è artefice del proprio successo, come promuovere e curare il proprio brand e la propria immagine on line.
5. Distribuire e creare contenuti on line: i vantaggi di un Blog e i trucchi per "farsi seguire".
6. Il Cliente per l'azienda è un patrimonio. Averne cura è business: il CRM e gli strumenti utili per le PMI
7. Controllo dei costi e miglioramento dei processi: la Business Intelligence
8. Facebook, Twitter, LinkedIn: conoscere meglio tre social network a servizio del business.
9. Chi oggi non protegge la propria azienda da fattori di rischio esterni? Anche l'infrastruttura IT, la connessione alla rete, la continuità operativa dell'azienda vanno protetti e garantiti.

La crisi da pericolo a opportunità: la Comunicazione e il Marketing per vincere le sfide del mercato

Il Corso

Il corso suggerisce alle imprese idee e strumenti per interfacciarsi con il mercato in **modo innovativo**, sia rispetto all'**idea di impresa** che al **modo di comunicarla**.

Nella giornata di formazione si valuteranno casi concreti, e si imparerà a comunicare la propria unicità.

Le aziende possono imparare a conoscere e acquisire consapevolezza nel proprio ruolo (mission) e raccontare sé stesse ai potenziali interlocutori, **evidenziando l'unicità della propria proposta e del proprio "valore"**.

Attuare le strategie d'impresa (il marketing), fare una **comunicazione efficace della propria impresa**, nei diversi ambiti di interesse, significa, oggi, creare comunità, favorire lo scambio e la condivisione di informazioni, accelerare la creazione di opportunità di Business.

Obiettivi del Corso:

- ✓ *Acquisire consapevolezza della propria identità aziendale*
- ✓ *Aumentare la consapevolezza del proprio valore*
- ✓ *Formalizzare la propria strategia d'impresa*
- ✓ *Migliorare la capacità di comunicazione delle imprese*
- ✓ *Individuare interlocutori e relazionarsi con il mercato.*
- ✓ *Strumenti e strategie di marketing e comunicazione in un mondo web 2.0*

A chi è rivolto

Amministratori o titolari d'azienda (CEO); Responsabili Marketing e comunicazione, responsabili di prodotto, responsabili dell'organizzazione aziendale o responsabili di brand o di prodotto, responsabili customer care, responsabili della pianificazione strategica, commerciali, consulenti, PR e ufficio stampa, liberi professionisti.

Il programma

Il lavoro sarà concentrato in **una giornata** con **8 ore** di racconto e illustrazione teorica la mattina, e un lavoro più concreto (anche con eventuali esercitazioni) su casi di studio (ove ce ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio.

Ecco gli aspetti che andremo a trattare o a sperimentare:

- ✓ *Come Creare una presentazione che faccia capire al destinatario l'unicità dei prodotti e dell'impresa;*
- ✓ *Come Dimostrare il valore unico della propria proposta rispetto a quello della concorrenza;*
- ✓ *La Brand Identity Strategy.*
- ✓ *La Brand Identity Creation.*
- ✓ *La Brand Identity Management.*
- ✓ *Come definire gli obiettivi della comunicazione*
- ✓ *Come circoscrivere e delineare l'ambito in cui sarà realizzato il piano di comunicazione*
- ✓ *Quale comunicazione ? I canali tradizionali*

- ✓ *La comunicazione on-line: il marketing per il web*

Note: Nella parte pratica del corso cercheremo di definire una “**Visione Strategica**” della **comunicazione e del marketing aziendale** individuando prassi e strumenti (anche quelli già in uso nelle singole aziende) utili al raggiungimento degli obiettivi.

Che tipo di formazione

La formazione di cui stiamo parlando **non è semplicemente finalizzata all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare.

Moduli opzionali:

Web Marketing operativo, Neuromarketing: tecniche di vendita, Avviare un attività di vendita on line: l'e-commerce

Social Network e web 2.0 per le aziende: come risultare interessanti nei mercati virtuali per vendere in quelli reali

Il Corso

Il corso serve ad **aiutare aziende e professionisti** ad utilizzare al meglio i nuovi strumenti e metodi di comunicazione, anzi di relazione, **legati al mobile e al web 2.0.**

Comunicare, assistere i propri clienti, ideare e testare nuovi prodotti, creare attenzione attorno a un prodotto, generare nuovi lead, creare una community aziendale e altro ancora saranno, dopo la partecipazione al corso, operazioni e attività più semplici.

Obiettivi del Corso:

- ✓ *Aumentare la consapevolezza nell'azienda dell'importanza dell'uso degli strumenti social per la costruzione di community (virtuali, ma anche fisiche) finalizzate al miglioramento del Business e del “valore” aziendale.*
- ✓ *Comprendere meglio il panorama dei social network esistenti e omogeneizzarne la conoscenza comprendendo le potenzialità di ciascuno degli strumenti a disposizione.*
- ✓ *Saper coniugare l'uso dei social network, strumenti notoriamente aperti al dibattito e al dialogo, con le esigenze dell'impresa o del singolo dipartimento aziendale.*
- ✓ *Migliorare la conversazione con il cliente e il suo ascolto*
- ✓ *Rispondere meglio alle esigenze del mercato*
- ✓ *Saper definire una strategia aziendale on line*
- ✓ *Finalizzare l'attività on line alla vendita e all'engagement*
- ✓ *Quali contenuti con quali strumenti. Elementi di Content marketing*

A chi è rivolto

Amministratori o titolari d'azienda (CEO); Responsabili Marketing e comunicazione, responsabili di prodotto, responsabili dell'organizzazione aziendale o responsabili di brand o di prodotto, responsabili customer care, responsabili della pianificazione strategica, commerciali, consulenti, PR e ufficio stampa, liberi professionisti.

Il programma

Il lavoro sarà concentrato in una giornata **con 8 ore** suddivise in: **racconto e illustrazione teorica** la mattina; un **lavoro più concreto** (anche con eventuali esercitazioni) su **casi di studio** (ove ve ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio.

Ecco gli aspetti che andremo a trattare o a sperimentare:

- ✓ *Il Mondo del web 2.0 e dei Social Network: la “**Socialnomics**”*
- ✓ ***Quali Social Network**: Cenni teorici, catalogazione e differenze tra i vari social network, aggregatori di feed e strumenti di condivisione dei contenuti e delle idee.*
- ✓ *I tre aspetti del social media management: **il lifestream, il following, l’engagement***
- ✓ *Come integrare i **social network nell’organizzazione** e nel lavoro dell’azienda: Prima fase: test di adozione; Seconda fase: adozione focalizzata; Terza fase: adozione operativa; Quarta fase: integrazione operativa*
- ✓ ***Diventare punti di riferimento**, creare attorno a sé una Community: quantità o qualità. **Following o engagement?***
- ✓ ***La scelta di un canale social non è mai casuale**, dipende sempre dagli obiettivi che ci si pone: Quali gli strumenti di condivisione rispetto a target ed obiettivi?*

Proveremo a conoscere meglio:

Facebook, Twitter, LinkedIn, Slideshare, Pinterest, Youtube

Scoop.it (aggregatore di contenuti)

Paper.li (aggregatore di contenuti)

Faremo anche alcuni cenni su altri strumenti quali: Viadeo, Instagram, Wordpress, e altri ancora.

- *Modalità di utilizzo e presidio di ciascun social network.*
- *Principi e prassi di comunicazione efficace attraverso i social network.*
- *Il contenuto dà valore al contenitore: quali contenuti creare e distribuire sulla rete, come creare interesse attorno alla propria azienda (al proprio prodotto servizio) attraverso contenuti che creino valore e incrementino l’engagement.*
- *Problematiche connesse all’uso dei social network.*
- *Normativa esistente, indirizzi e linee guida.*
- *Quali i passi necessari per l’apertura di un canale web di successo: Strategie, obiettivi, pianificazione*
- *Cenni agli scenari futuri in materia.*

Note: Nella parte pratica del corso cercheremo di definire un **“Ecosistema On Line”** individuando prassi e strumenti (anche quelli già in uso nelle singole aziende) utili al raggiungimento degli obiettivi.

Che tipo di formazione

La formazione che proponiamo non è semplicemente finalizzata **all’accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l’azienda di operare.

Moduli opzionali:

Progettare un’ecosistema web 2.0 per l’azienda; Strategie di business con Facebook e Twitter; Tecniche di content marketing; Diventare Blogger; La Social Media Optimization; Utilizzare operativamente i Social network per il business: LinkedIn, Viadeo, Twitter, Youtube, Pinterest, Google + e altri

Organizzare al meglio la vita dell’azienda per essere efficienti: creare, gestire e condividere facilmente documenti, files, progetti, lavoro, e-mail, scadenze.

Il Corso

L'**organizzazione del lavoro**, anche in realtà aziendali e professionali di non grandissime dimensioni è importante **per ottimizzazione i tempi e le risorse** al fine di concentrarsi non sul come far funzionare l'azienda, **ma sul come raggiungere il successo**.

Con l'avvento del cloud e più in generale del web 2.0 sono sempre di più gli strumenti on line che consentono di ottenere buoni risultati in questo senso.

La condivisione e la valutazione in team di documenti, files, progetti, lavoro, e-mail, scadenze, è resa semplice da strumenti che sono ormai a portata di mano e possono cambiare la vita dell'azienda

Obiettivi del corso

- ✓ *Essere a conoscenza di quali strumenti esistono on line per raggiungere questi obiettivi*
- ✓ *Cosa un azienda può e deve gestire in modo condiviso e on line*
- ✓ *Approfondire piattaforme come Google, Yahoo, Dropbox, Aruba e altri provider di servizi similari che mettono a disposizione una serie di servizi e di piattaforme software, impareremo a conoscerle e a utilizzarle*
- ✓ *Come Leggere, inviare, organizzare, personalizzare le interfacce di utilizzo della posta elettronica aziendale in modo efficace. Come gestire e condividere i documenti*
- ✓ *Come gestire e condividere i calendari*

A chi è rivolto

Amministratori o titolari d'azienda (CEO); responsabili customer care, responsabili dell'organizzazione aziendale, responsabili della pianificazione strategica, personale dipendente, commerciali, consulenti, liberi professionisti.

Programma:

Il lavoro sarà concentrato in una giornata **con 8 ore** suddivise in: **racconto e illustrazione teorica** la mattina; un **lavoro più concreto** (anche con eventuali esercitazioni) su **casi di studio** (ove ve ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio.

Ecco gli aspetti che andremo a trattare o a sperimentare:

Argomenti trattati:

- ✓ *Organizzare le informazioni, una scelta importante*
- ✓ *Organizzare il lavoro, Come gestire un gruppo di lavoro in modo semplice*
- ✓ *Posta elettronica, strumenti e ottimizzazione*
- ✓ *Organizzare i filtri e le cartelle*
- ✓ *Accesso POP/IMAP – differenze*
- ✓ *I contatti come: gestirli, organizzarli e importarli*
- ✓ *Un calendario organizzato (e condiviso)*
- ✓ *Lavorare in gruppo: gestione, organizzazione e condivisione dei Documenti*
- ✓ *Quali Strumenti: Google Apps, Yahoo, Aruba, Altri provider di servizi*
- ✓ *Cenni al project management: la gestione dei progetti e dei gruppi di lavoro*
- ✓ *Cenni al CRM (Customer relationship management): la gestione dei clienti*

Che tipo di formazione

La formazione che proponiamo non è semplicemente finalizzata **all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare.

Moduli opzionali:

Google Apps; L'utilizzo di applicativi in cloud

Personal Branding: ognuno è artefice del proprio successo, come promuovere e curare il proprio brand e la propria immagine on line

Il Corso

Se ciascuno è artefice del proprio successo, allora non si può prescindere dai nuovi strumenti presenti sulla rete e da **un'accorta strategia di marketing personale**. Utilizzando la rete si può dare un notevole impulso alla propria "reputazione" facendo conoscere ed apprezzare quello che si è e quello che si fa. Il corso di Personal Branding è stato ideato proprio per aiutare ciascuno ad avere **cura del proprio nome e cognome primo brand** a cui fa riferimento chi cerca informazioni professionali su una persona.

Obiettivi del Corso

- ✓ *Promuovere la propria immagine sul web: crearla, gestirla, promuoverla*
- ✓ *La reputazione on line cos'è e chi la costruisce*
- ✓ *Gestire la propria immagine on line, quali strumenti per gestirla*
- ✓ *Come valorizzare le proprie competenze*
- ✓ *Come fare attività di Blogging*
- ✓ *Come utilizzare i Social Network per il proprio brand personale*
- ✓ *Marketing personale: quale strategia*
- ✓ *Misurare i risultati raggiunti: un'attività importante e da imparare*

A chi è rivolto:

Liberi Professionisti, Leader (di gruppi, associazioni, ecc.), amministratori o titolari d'azienda (CEO), Manager, Consulenti.

Il Programma

Il lavoro sarà concentrato in una giornata **con 8 ore** suddivise in: **racconto e illustrazione teorica** la mattina; un **lavoro più concreto** (anche con eventuali esercitazioni) su **casi di studio** (ove ve ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio.

I temi che saranno affrontati:

- ✓ *Differenziarsi dai propri competitors: valorizzare il proprio brand*
- ✓ *Individuare i propri punti di forza e comunicarli al mercato*
- ✓ *Definire una strategia di personal branding: individuare i propri obiettivi e fare un piano di marketing personale*
- ✓ *Essere un brand riconosciuto: quali azioni mettere in campo*
- ✓ *Rendere conosciuta la propria attività e divulgare i propri "successi"*
- ✓ *La trasparenza prima caratteristica: Essere sinceri con sé stessi, essere sinceri con i propri interlocutori. On line vince la verità.*

Gli strumenti:

- ✓ *Internet, croce e delizia*
- ✓ *Come realizzare un Blog personale*
- ✓ *I Social Network, come banco di prova: Strategie e modalità di utilizzo*
- ✓ *Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Slideshare*
- ✓ *Altri strumenti social: Youtube, Pinterest, Youmpa, ecc.*
- ✓ *Come ottimizzare il proprio lavoro on line: Hootsuite (e similari)*
- ✓ *Misurare i risultati e i ritorni concreti sul lavoro di brand reputation, il ROI. Alcuni strumenti: Google Analytics, Social Report (e similari), Klout.*

Che tipo di formazione

La formazione che proponiamo non è semplicemente finalizzata **all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare.

Moduli opzionali:

LinkedIn come vetrina personale e specchio delle proprie competenze

Distribuire e creare contenuti: i vantaggi di un Blog e i trucchi per farsi seguire

Il Corso

In rete **non conta tanto chi utilizza lo strumento di comunicazione più performante quanto chi è in grado di generare interesse attraverso la creazione e la diffusione di contenuti interessanti**. Chi vuole avere rilevanza deve essere in grado di **condividere** con la propria rete di contatti e con il proprio "pubblico di riferimento" **cosa produce, cosa lo appassiona, per cosa si impegna**. Il racconto diventa fondamentale, un racconto pubblicato on line all'interno di un Blog.

Diventare blogger può essere la chiave per ottenere buoni risultati nel proprio lavoro. Ma è difficile diventare Blogger?

In questo corso proveremo a dare consigli e strumenti utili a progettare, creare, gestire e promuovere un Blog.

Obiettivi del Corso

- ✓ *Imparare a progettare un blog tenendo conto degli obiettivi che si vogliono raggiungere*
- ✓ *Come progettare un blog di tipo personale, per un'associazione, o legato ad un'attività di business*
 - ✓ *Quale strategia editoriale, quale piano editoriale*
 - ✓ *Quale piattaforma Blog utilizzare ?*
 - ✓ *I titoli chiave del successo di un post*
 - ✓ *Fare engagement con un blog e come diffonderne i contenuti*
 - ✓ *Quali contenuti per quale blog*

A chi è rivolto

Liberi professionisti, appassionati di scrittura, giornalisti, liberi professionisti, appassionati di scrittura, giornalisti, amministratori o titolari d'azienda (CEO); Responsabili Marketing e comunicazione,

responsabili di prodotto, responsabili di brand o di prodotto, responsabili customer care, responsabili della pianificazione strategica, commerciali, consulenti, PR e ufficio stampa.

Il programma

Il lavoro sarà concentrato in una giornata **con 8 ore** suddivise in: **racconto e illustrazione teorica** la mattina; un **lavoro più concreto** (anche con eventuali esercitazioni) su **casi di studio** (ove ve ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio.

I temi che approfondiremo:

- ✓ *A cosa può servire avere un Blog*
- ✓ *Un Blog personale, un blog per il business, un blog per un'associazione, quali differenze.*
- ✓ *WordPress, Blogger, Tumblr, ecc.: Sono tante le piattaforme per fare Blogging, quali scegliere*
- ✓ *Un blog per le proprie esigenze e passioni: come scegliere un argomento, come valutare i blog dei competitor, come valutare la propria competenza rispetto al focus del Blog*
- ✓ *Categorie, aree, tag: come organizzare i contenuti*
- ✓ *Ma per un Blog serve un piano editoriale ?*
- ✓ *Come indicizzare e diffondere i contenuti*
- ✓ *I social network, il microblogging, le community, come canali a supporto nella diffusione dei contenuti e nella popolarità del blog*
- ✓ *WordPress: l'utilizzo dei Tag, del trackback e del Pingback, degli strumenti SEO, le affiliazioni*

Che tipo di formazione

La formazione che proponiamo non è semplicemente finalizzata **all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare.

Moduli opzionali:

Utilizzare Wordpress

Il Cliente per l'azienda è un patrimonio. Averne cura è business: il CRM e gli strumenti utili per le PMI

Il Corso

Il primo **patrimonio e capitale sociale di un'azienda sono i suoi clienti**. Gestire al meglio le relazioni, tenerne memoria, dividerne le esigenze, sapere a che punto è la relazione, far partire campagne, aumentare il fatturato in quantità significa **tutelare questo patrimonio**.

Obiettivi del Corso

- ✓ *Imparare a gestire, pianificare, coordinare, analizzare le informazioni aziendali relative a:*
- ✓ *Contatti con il cliente*
- ✓ *Preventivi, contratti e vendite*
- ✓ *Tempistiche, attori impegnati in ogni processo, stato e avanzamento delle attività, scadenze*

- ✓ *Avvisi e notifiche, comunicazioni*
- ✓ *Campagne marketing e newsletter*
- ✓ *Assistenza post-vendita*
- ✓ *Attività finalizzate alla fidelizzazione del cliente*
- ✓ *Utilizzo di un CRM (Customer Relationship Management).*

A chi è rivolto:

Amministratori o titolari d'azienda (CEO); Responsabili Marketing e comunicazione, responsabili di prodotto, responsabili dell'organizzazione aziendale, responsabili customer care, responsabili della pianificazione strategica, commerciali, consulenti.

Il programma:

Il lavoro **sarà concentrato in 8 ore**. Racconto e illustrazione teorica la mattina, e un lavoro più concreto (anche con eventuali esercitazioni) su casi di studio (ove ce ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio. Di cosa parleremo:

- ✓ *Il Cliente capitale sociale e patrimonio aziendale*
- ✓ *L'importanza di gestire la relazione con il cliente*
- ✓ *Fidelizzare la relazione con il cliente*
- ✓ *Pianificare una campagna*
- ✓ *Fornire risposte ai clienti*
- ✓ *Ottimizzazione di tutti i processi e delle attività aziendali*
- ✓ *Cos'è il CRM*
- ✓ *Soluzioni Applicative esistenti*
- ✓ *Introduzione e utilizzo di un CRM in azienda*
- ✓ *Esempi pratici di utilizzo di una piattaforma CRM*

Che tipo di formazione

La formazione di cui stiamo parlando **non è semplicemente finalizzata all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare.

Moduli opzionali:

Utilizzare un CRM aziendale: funzionalità, organizzazione e strategie

Controllo dei Costi e miglioramento dei processi: la Business Intelligence

Il Corso

Gli amministratori di aziende e gli imprenditori **sono sempre a caccia di nuove risorse** sul mercato per tenere su l'attività dell'azienda e per fare business.

Molto meno spesso sono attenti all'**utilizzo delle risorse finanziarie e organizzative di cui l'azienda è già in possesso**. L'obiettivo di questo corso è focalizzare l'attenzione su questo aspetto e sulle possibili soluzioni per raggiungere l'obiettivo del **pieno controllo aziendale**, del miglioramento della **qualità dei processi**, della **capacità competitiva** stessa dell'azienda.

Obiettivi del Corso

- ✓ *Metodologie d'analisi per il miglioramento dei processi*
- ✓ *Imparare a tenere sotto controllo tutte le voci di costo dell'azienda*
- ✓ *Imparare ad ottimizzare le procedure relative all'organizzazione dei processi aziendali*
- ✓ *Conoscere strumenti e metodologie di Business Intelligence*

A chi è rivolto:

Amministratori o titolari d'azienda (CEO); Responsabili di analisi di marketing, responsabili ICT, professionisti e consulenti, Responsabili di organizzazione.

Il programma:

Il lavoro **sarà concentrato in 8 ore**. Racconto e illustrazione teorica la mattina, e un lavoro più concreto (anche con eventuali esercitazioni) su casi di studio (ove ce ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio. Di cosa parleremo:

- ✓ *Business Intelligence e Analytics cioè di tutti quegli strumenti e applicazioni software di accesso, di analisi e di visualizzazione dei dati che supportano il management nel controllo delle prestazioni dell'azienda e nel difficile compito di assumere decisioni migliori per il futuro.*
- ✓ *Come aiutare la gestione dell'azienda affiancando l'esperienza e l'intuito con "azioni e dati oggettivi".*
- ✓ *Imparare a conoscere e riconoscere non solo "cosa è accaduto in passato e perché", ma anche a "cosa sta accadendo ora e perchè" e ancor di più "cosa potrebbe accadere in futuro e perchè".*
- ✓ *Concetto di ERP*

Che tipo di formazione

La formazione di cui stiamo parlando **non è semplicemente finalizzata all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare.

Moduli opzionali:

Utilizzare un pacchetto ERP: funzionalità, organizzazione e strategie

Facebook, Twitter, LinkedIn, tre social network a servizio del business.

Il Corso

L'attività su **web** e, in particolare, **l'utilizzo dei Social Network** quale strumento di relazione e di engagement (aggancio del possibile cliente), necessita di una conoscenza approfondita delle potenzialità e funzionalità di questi strumenti. Il corso si focalizza sulla conoscenza approfondita di tre social network quali **Facebook, Twitter e LinkedIn**.

Obiettivi del Corso

- ✓ *Conoscere al meglio peculiarità e potenzialità dei social network: Facebook, Twitter e LinkedIn*
- ✓ *Approfondirne gli strumenti che mettono a disposizione*

Il programma:

Il lavoro **sarà concentrato in 8 ore**. Racconto e illustrazione teorica la mattina, e un lavoro più concreto (anche con eventuali esercitazioni) su casi di studio (ove ce ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai

singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio. Di cosa parleremo:

- ✓ *Quale utilizzo per ciascun Social Network, Quali utenti, Quali obiettivi*
- ✓ *Conoscere Facebook:*
 - *Utilizzo dei profili personali e delle Pagine Fan*
 - *Le potenzialità dei gruppi su FB*
 - *Gruppi chiusi o gruppi aperti*
 - *La messaggistica*
 - *Quale comunicazione, quali contenuti*
 - *Come Creare Viralità*
 - *Applicazioni Facebook: qualche esempio, qualche accenno*
- ✓ *Conoscere Twitter:*
 - *A cosa serve Twitter*
 - *Il following asincrono di Twitter*
 - *Come personalizzare il proprio account*
 - *Due armi potentissime: gli hashtag*
 - *Due armi potentissime: le menzioni*
- ✓ *Conoscere LinkedIn:*
 - *Cura del proprio profilo professionale*
 - *Gestione dei contatti*
 - *LinkedIn per il Business*
 - *I gruppi su Twitter*
 - *Potenzialità*
 - *Gestione*
- ✓ *Altri Social Network: Google+, Pinterest, Instagram, Viadeo, alcuni cenni.*

A chi è rivolto

Amministratori o titolari d'azienda (CEO); Responsabili Marketing e comunicazione, responsabili di prodotto, responsabili dell'organizzazione aziendale o responsabili di brand o di prodotto, responsabili customer care, responsabili della pianificazione strategica, commerciali, consulenti, PR e ufficio stampa, liberi professionisti.

Che tipo di formazione

La formazione di cui stiamo parlando **non è semplicemente finalizzata all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare

Moduli opzionali:

Mettere su ed utilizzare un Social CRM

Chi oggi non protegge la propria azienda da fattori di rischio esterni? Anche l'infrastruttura IT, la connessione alla rete, la continuità operativa dell'azienda vanno protetti e garantiti.

Il Corso

Come in azienda ci si protegge normalmente dalle effrazioni, possibili furti o danneggiamenti, così oggi è più che mai necessario proteggere la propria infrastruttura IT, i propri dati e garantire la continuità operativa. Lo scopo di questo corso è quello di trasferire le necessarie conoscenze per poter effettuare le giuste scelte di sicurezza aziendale relativamente all'utilizzo di un'infrastruttura IT e all'utilizzo di connessioni internet.

Obiettivi del Corso

- ✓ *Rendere consapevoli i titolari d'azienda e i responsabili IT delle possibili minacce a cui la propria azienda può essere sottoposta*
- ✓ *Rendere Consapevoli titolari d'azienda e responsabili IT di quelle che possono essere le soluzioni e le esigenze di sicurezza della propria azienda*

A chi è rivolto:

Titolari d'azienda e responsabili IT

Il programma:

Il lavoro **sarà concentrato in 8 ore**. Racconto e illustrazione teorica la mattina, e un lavoro più concreto (anche con eventuali esercitazioni) su casi di studio (ove ce ne siano), buone pratiche, riferimenti diretti ai singoli partecipanti con ipotesi di lavoro condivise, dibattito e confronto, nel pomeriggio. Di cosa parleremo:

- ✓ *Di cosa si compone un'infrastruttura IT e un sistema informativo aziendale.*
- ✓ *Concetti base di Sicurezza IT*
- ✓ *Quali le possibili minacce*
- ✓ *Come gestire le situazioni di rischio*
- ✓ *Quali gli strumenti e le tecnologie utili a garantire sicurezza*
- ✓ *La protezione dei dati sensibili*
- ✓ *Monitorare l'infrastruttura IT e le sue periferiche*
- ✓ *Come garantire la continuità nel Business aziendale*
- ✓ *Quali le norme da rispettare*

Che tipo di formazione

La formazione di cui stiamo parlando **non è semplicemente finalizzata all'accrescimento della conoscenza**, pure necessaria, ma soprattutto a mettere in grado l'azienda di operare delle scelte.

Moduli opzionali:

L'azienda tra infrastruttura di rete, Sistema Informativo on site e la possibilità di Cloud.

Docenti:

I consulenti che terranno i corsi per conto di **Asernet** sono tutti esperti del settore ICT e della Gestione d'impresa e hanno diversi anni di esperienza di lavoro nel loro ambito.