

LinkedIn Marketing Strategies

Martedì 04 Dicembre 2018

09:30 Registrazione partecipanti

09:45 Introduzione

Storia e numeri: panoramica sul ruolo dei Social Media oggi

LinkedIn: qual è la differenza con gli altri social? Capirne le differenze per evitare errori.

Dress code e tone of voice: come ci si presenta su LinkedIn

Identità, networking e conoscenza: cosa si può fare con LinkedIn

10:15 Il profilo LinkedIn e la sua centralità

La Centralità del Profilo in LinkedIn

Buyer Personas: sapere chi è per scrivere il giusto profilo

Le componenti essenziali del profilo: come strutturarle

- Primary Information (foto, headline)
- Summary + media
- Esperienze
- Altre sezioni

10:45 La Ricerca Avanzata in LinkedIn

Farsi trovare e distinguersi dalla concorrenza. Ma come?

Attivare il proprio network di collegamenti in modo strategico

Tips & Tricks: suggerimenti utili e consigli tecnici.

11:15 Coffee Break

11:30 Pulse, Article: la piattaforma di blogging di LinkedIn

Pulse: molto più di un blog. Strumento ideale per Costruire la propria Reputazione.

Perché utilizzarlo: principi base di Neuromarketing

Come utilizzarlo per fare personal branding

Come strutturare un post

Cosa fare e cosa non fare con Pulse

Analytics e Statistiche varie di Pulse

12:00 La Richiesta di Contatto

Iniziare col piede giusto. Come scriverla per aumentare le proprie chance di successo sul social

Come gestirle, chi accettare e perché.

12:30 I gruppi LinkedIn: una risorsa per il tuo business

Cosa sono e perché sono importanti?

Le caratteristiche tecniche principali.

Come scegliere i gruppi da monitorare: imparare a leggere le statistiche

L'attività di posting. Le 5 fasi per una strategia perfetta

Come scrivere e commentare nelle Community dei competitors

13:15 Lunch

14:30 Company Page

Perché aprirla e come renderla unica e interessante

Le pagine vetrina: struttura e funzioni

Company Page VS Profilo: qual è il legame?

Tecniche di posting avanzate: come tenere aggiornata la propria pagina aziendale

Employer branding con LinkedIn: come e perché farlo

Come mostrare, promuovere e creare awareness per i propri prodotti o servizi

LinkedIn e lead nurturing: strategie per aumentare il Data-Base di contatti

15:30 Misurazione e Monitoraggio

LinkedIn Analytics: ROI e KPI delle attività su LinkedIn

Come misurare i progressi di un profilo e di una Company Page

Click, condivisioni e percentuale di engagement

16:15 LinkedIn ADV

Il Campaign Manager - come gestirlo

I tre prodotti Self Service: quali scegliere e perché

Profilazione del pubblico destinatario: strategie per creare campagna ad hoc

16:45 Q&A e chiusura dei lavori