

Come promuovere online un evento speciale

Programma del corso

I dati e le informazioni di base.

- Le informazioni sul titolare dell'evento: identità e stile di comunicazione.
- Informazioni su co-organizzatori e altre realtà coinvolte.
- Informazioni di base sull'evento: temi, relatori, date, ecc...
- Persone coinvolte e responsabili attività.
- Definizione del target e delle sue aspettative.
- Obiettivi strategici dell'evento e dell'organizzatore.

La comunicazione del team di lavoro.

- Gli strumenti base: mail, telefono, whatsapp ecc.
- Strumenti on line: gruppi social, piattaforme di project management ecc.
- Strumenti di automazione delle pubblicazioni (hootsuite, Buffer, Socialpilot, Zapier, ecc.).

Canali di comunicazione dell'evento

- Il sito dell'organizzatore, il blog dell'organizzatore, minisito dedicato e landing page.
- Mail promozionali, newsletter e mail one to one.
- I social media.
- Le piattaforme per la diffusione degli eventi (Eventbrite, Eventa, Billetto, ecc.)

Dall'idea alla strategia

- La timeline dell'evento e delle singole comunicazioni.
- Definizione dei flussi e dei sistemi di automazione delle pubblicazioni.
- Identificazione di eventuali campagne pubblicitarie a pagamento.
- Definizione dei temi, degli hashtag e preparazione dei template grafici.

Comunicare prima dell'evento

- Pubblicazione ufficiale delle informazioni sull'evento
- Pubblicazione post standard: testi e immagini
- Coinvolgere i partecipanti con questionari, teaser e Call for Idea
- Campagne a pagamento

Comunicare durante l'evento

- Cronaca in diretta sui diversi social.
- Conversazioni, gestione dei feedback, condivisioni ecc.
- Raccolta dei materiali (foto, video e post interessanti) in itinere.

Comunicare dopo l'evento

- Conversazione con chi prosegue a commentare.
- Organizzazione e diffusione dei contenuti raccolti.
- Analisi e presentazione dei risultati.