



Social Power: vendere e fidelizzare con i Social Media

Descrizione Il corso " Social Power: vendere e fidelizzare con i Social Media" insegna a utilizzare i social media come strumento strategico per la vendita e la costruzione di relazioni con la clientela. I partecipanti scopriranno come scegliere i canali giusti, creare contenuti di impatto, gestire l'interazione con gli utenti e promuovere prodotti ed eventi in modo mirato e professionale.

Obiettivi d'apprendimento Alla fine del corso, il partecipante è in grado di:

- Scegliere i canali social più adatti alla propria attività.
- Definire una strategia digitale coerente con l'identità del brand.
- Creare contenuti visivi e testuali per attrarre e coinvolgere clienti.
- Utilizzare strumenti semplici per produrre contenuti anche da smartphone.
- Gestire in modo efficace commenti, messaggi e recensioni.
- Progettare e monitorare campagne sponsorizzate.

Destinatari Il corso è rivolto ad addetti/e alla vendita e responsabili marketing.
Social media manager e freelance del settore comunicazione.
Imprenditori e commercianti che vogliono potenziare la vendita tramite social.

Requisiti Conoscenza base dell'uso di internet e social network.

Contenuti I canali social più efficaci per il commercio al dettaglio
Strategia digitale e identità del brand: tono di voce, immagine, valori
Definizione di un piano editoriale efficace
Creazione di contenuti foto e video per prodotti e vetrine (Canva, CapCut)
Storie, reel, post: cosa pubblicare e quando
Interazione con i clienti e gestione delle recensioni
Promozioni e campagne sponsorizzate su Facebook/Instagram
Regole da conoscere: privacy, immagini, copyright
Analisi dei risultati e miglioramento continuo

Profilo dei formatori Titolo di studio disciplinare di livello terziario.
Certificato FSEA/FFA livello 1 o livello 2.
Esperienza professionale di almeno 2 anni in funzione analoga.
Formazione continua regolare, sia disciplinare che didattica.

Metodologia Il corso si basa su laboratori pratici, creazione di contenuti reali e analisi di campagne.

Studio individuale Lo studio individuale, pari ad almeno la metà delle ore in aula, include esercitazioni sui propri canali social e l'elaborazione di un piano di comunicazione digitale per la vendita.

Attestato È rilasciato con il dettaglio delle competenze acquisite e una frequenza minima dell'80%.

Informazioni Supplementari Modalità online sincrona su piattaforma Microsoft Teams.

Durata 21 ore/lezione (7 lezioni di 3 ore/lezione)

Giorni e Orari Mar: 19:00-22:00

Luogo del Corso Online

Periodo 16.09.2025-28.10.2025

Partecipanti 6-12

Costo del corso CHF 590

Materiale didattico: CHF 50