



PROMUOVERE I LIBRI CON I SOCIAL NETWORK

ORE PREVISTE:

4 ore complessive, in moduli da 2 ore l'uno dalle 17.00-19.00 - **LIVELLO BASE**
Lunedì 3 e mercoledì 5 ottobre

PROGRAMMA:

Il corso intende fornire le basi per una corretta comunicazione del catalogo e dei prodotti editoriali sui social network. Oggi è indispensabile conoscere gli strumenti che governano il mondo social per poter promuovere efficacemente tutti i contenuti con la giusta strategia e attraverso i canali più adeguati. Tutti i profili e le pagine social, se ben sfruttati, possono trasformarsi in potenti vetrine di visibilità, concorrere al successo di un libro e instaurare un dialogo diretto e virtuoso con gli attori più importanti: la community di utenti, i professionisti del settore editoriale e, soprattutto, i lettori.

1. Panoramica dei social network

- Le principali piattaforme utilizzate
- Dati globali e italiani di utilizzo

2. Costruire strategie

- Analisi e definizione degli obiettivi e dei canali di comunicazione
- Dal piano al calendario editoriale
- Strategie di digital marketing e comunicazione integrata

3. I contenuti sui social

- La scelta di formati, stili di comunicazione e tono di voce
- Principali funzionalità dei social network

4. Strumenti utili

- Per la creatività
- Per la programmazione
- Per la gestione quotidiana

RELATRICE:

Federica Speciali: Digital media manager con una formazione umanistica si occupa di progetti di strategia, comunicazione e analisi sui social media per Kaiwa, Conversation Agency di Milano. Dopo la laurea triennale in Lettere Moderne e una specialistica in Cultura Editoriale all'Università degli Studi di Milano frequenta nel 2016 il Master di 2° livello Professione editoria cartacea e digitale in Università Cattolica del Sacro Cuore. Tra le prime esperienze lavorative compaiono il mondo delle biblioteche con il CSBNO, quello dell'e-commerce in un'importante azienda della GDO, per approdare infine al marketing online e ai social in DGLine. È docente al corso di Social Media Management per i Master Professione editoria cartacea e digitale e Booktelling. Comunicare e vendere contenuti editoriali dell'Università Cattolica di Milano.