

Content Marketing

Storytelling, advocacy e AI: le tecniche per raccontare i brand e generare lead

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 990,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.800,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.85

Nello scenario digitale in cui viviamo il content marketing si configura come una competenza irrinunciabile per attirare l'interesse dei clienti, per indirizzare le scelte di consumo e per migliorare la Brand Equity. Mai come oggi vi è la necessità di progettare e gestire la "narrazione" di un contenuto, per **comunicare il valore di un Brand**, sia esso un prodotto o un servizio. Dallo Storytelling all'Advocacy, dal Web Writing alla Social Communication, le strategie di Content Management hanno acquisito un'importanza fondamentale come **leve di business**. Questo corso è progettato per fornire ai professionisti del marketing, ai content manager e ai team digitali le competenze necessarie per gestire i contenuti in modo efficiente e strategico.

Attraverso una combinazione di lezioni teoriche, esempi pratici e workshop interattivi, si esploreranno i principi fondamentali del content management, le migliori pratiche per la gestione del ciclo di vita dei contenuti e l'uso di tecnologie avanzate per migliorare l'efficienza e la qualità, i partecipanti acquisiranno gli strumenti necessari per ottimizzare la gestione dei contenuti nelle loro organizzazioni.

A chi è rivolto

- Product Brand Manager
- Responsabili Comunicazione
- Digital Specialist
- Content Manager
- Professionisti che abbiano la necessità di organizzare in modo strategico la narrazione di un contenuto aziendale, istituzionale o sociale che serva a divulgare informazione, creare proselitismo e accrescere la reputazione

Programma

La narrazione nell'epoca della condivisione: valore, opportunità e applicazioni

- Panoramica sul content management e il suo ruolo nelle strategie digitali
- Il ciclo di vita dei contenuti: dalla creazione alla distribuzione e archiviazione
- Estetica della comunicazione ed efficacia del messaggio
- "Prima educa, poi vendi": il valore del contenuto sui Social

Storytelling: l'arte di comunicare attraverso racconti

- Progettare, costruire e organizzare la narrazione del proprio Brand: il Corporate Storytelling
- Principi e regole del content marketing I benefici del content management: Brand Awareness, reputazione, viralità e risultati commerciali
- La "SSS Formula"
- Il contenuto "nelle mani" di clienti interni ed esterni
- Il fenomeno del Crowdsourcing

- L'orizzonte dei Brand Ambassador e dei Brand Advocate

La gestione del contenuto fra Brand Reputation e fidelizzazione

- Il legame sottile fra autorevolezza del Brand e soddisfazione del cliente
- Identità del Brand & identità percepita (Brand Identity vs Brand Image)
- Le leve della Digital Transformation per consolidare i vantaggi competitivi
- Il calendario editoriale: costruire, impiegare e aggiornare contenuti propri e contenuti di terzi

Generare Leads: quali sono i principi dell'ingaggio nell'epoca 4.0: linee guida editoriali e stili di scrittura

- Educare a scrivere per convincere, fidelizzare, "viralizzare"
- Content Marketing e Advocacy: quando è l'influencer a creare i contenuti
- Monitoraggio della coerenza del brand nei contenuti pubblicati.
- L'AI generativa: l'impiego per la generazione di contenuti



Obiettivi del corso

- Comprendere il valore della narrazione nell'era 4.0
- Collegare strategicamente gli obiettivi del contenuto con l'audience prescelta
- Interiorizzare il concetto "Prima educa, poi vendi"
- Imparare a costruire un piano editoriale
- Armonizzare stilisticamente on e off line



Esercitazioni

- Gli step per generare contenuti efficaci: logiche ed utilizzo IA
- Analisi di casi di successo e best practices



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 30 giu

date 13 ott