

New

Integrare l'UGC (User Generated Content) nella strategia social media

Sfruttare il contenuto generato dagli utenti per aumentare fiducia, engagement e visibilità

👤📺 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.96

In un contesto social media in cui l'autenticità e la connessione umana sono elementi imprescindibili, saper utilizzare le **tecniche di marketing UGC (User Generated Content)** è diventato un vantaggio competitivo.

L'UGC permette infatti di creare relazioni solide con le community e di valorizzare la creatività e la voce dei propri utenti, **rendendo l'azienda più autentica, vicina e accessibile.**

Attraverso casi pratici e laboratori operativi, i partecipanti impareranno a **trasformare i follower in veri e propri ambasciatori del brand**, sfruttando la forza della partecipazione e della creatività delle community.

A chi è rivolto

- Community Manager e Brand Content Manager
- Addetti alla comunicazione o al marketing digitale

Una buona conoscenza preliminare dei social network è consigliata per seguire al meglio la formazione.

Programma

L'User Generated Content: una tendenza digitale imprescindibile

- Definizione dell'User Generated Content (UGC) nel marketing digitale
- Scoprire i principali formati di UGC: recensioni, video, testimonianze, post, storie, ecc.
- Comprendere il campo di applicazione dell'UGC: social network, siti web, campagne pubblicitarie digitali
- Analizzare vantaggi, limiti e dati chiave del fenomeno UGC
- Ispirarsi a esempi di campagne UGC di successo

Integrare l'UGC nella propria Content Strategy

- Stimolare la customer advocacy e il coinvolgimento spontaneo dei clienti
- Scoprire le meccaniche di diffusione dell'UGC: concorsi, hashtag, challenge, ecc
- Applicare le best practices per costruire una strategia UGC efficace e coerente
- Gestire gli aspetti legali e normativi: diritto d'autore e diritto d'immagine
- Implementare un sistema di moderazione dei contenuti generati dagli utenti, manuale o automatizzato

Collaborare con i nano-influencer

- Identificare i profili di nano-influencer più pertinenti per il proprio pubblico
- Avviare la relazione e scegliere il tipo di collaborazione più adatto
- Ispirarsi a best practices e case study di partnership efficaci con nano-influencer
- Incoraggiare i collaboratori interni a diventare Brand Ambassador
- Rispettare il quadro giuridico e deontologico delle partnership con influencer



Obiettivi del corso

- Integrare i contenuti generati dagli utenti nella propria strategia social media
- Applicare correttamente le tecniche professionali di gestione e valorizzazione dell'UGC
- Creare una relazione più autentica e partecipativa con le community online



Esercitazioni

- Identificazione delle problematiche individuali
- Alternanza di momenti in plenaria, lavori di gruppo e attività individuali
- Studio di casi reali e **laboratori pratici di creazione e analisi di contenuti UGC**
- Elaborazione di un **piano operativo personalizzato** per l'applicazione nel contesto aziendale



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Milano

dal 30 mar al 31 mar

dal 28 set al 29 set

Online

dal 8 giu al 11 giu

- dal 8 giu al 8 giu
- dal 11 giu al 11 giu

dal 2 nov al 5 nov

- dal 2 nov al 2 nov
- dal 5 nov al 5 nov