

La Creazione di un Social Media & Digital Competence Center in Azienda.

*La figura del Social Media Manager e del
Digital Communication Manager*

#DimensioneSocial - 10-11-2015

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



**Le slides e documentazione
sono ad uso esclusivo dei
partecipanti al corso**

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



BENVENUTI



ANDREA ALBANESE
Social Media Marketing &
Digital Communication Advisor.
Organizzatore del [#SMMdayIT](#)



[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



Vi racconto la mia esperienza



Nel 2013-2014-2015, ho avuto l'opportunità di fare formazione in aula ad oltre 5.600 persone di 4.900 aziende.

Il tempo che dedico al lavoro e così suddiviso:

50% Progetti

40% Formazione

10% Ricerche

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



Energia Social e Team



I Social fatti da persone, come quelle del team di 'Live Tweeting' di oggi.

I ragazzi con la maglietta nera 😊

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)

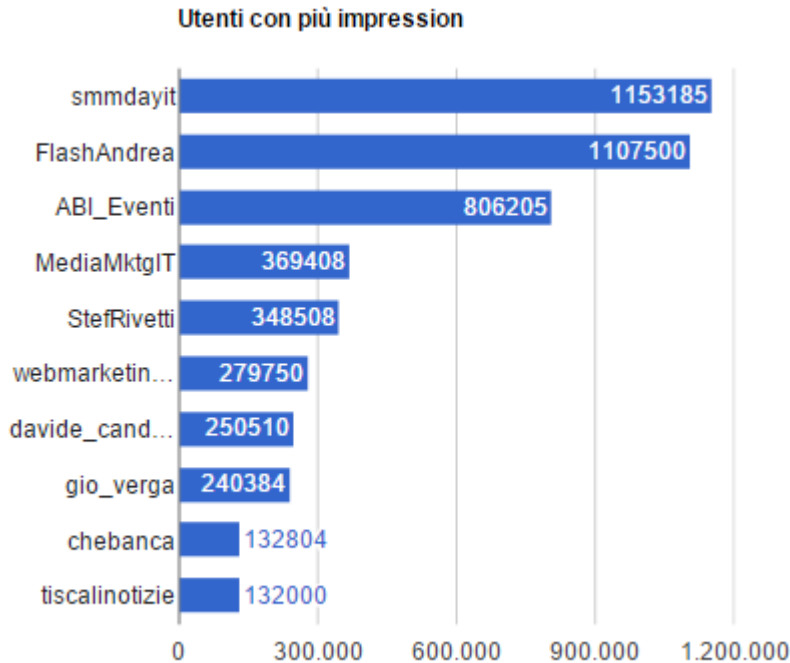




[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



Un esempio di Cosa fa un team di Social Media Marketing/Communication People.



Al momento, 6.000 tweets e 7.000.000 di impression Twitter con l'hashtag #dimensionesocial

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



**I Social sono per tutti,
ma non tutti sono in grado
di utilizzarli perché sono
complessi.**

**Servono immaginazione,
determinazione e praticità.**

**Ogni azienda è diversa.
Ci sono dei principi e tecniche
social e digital, ma non esiste
una ricetta per tutti.**

Le aziende diventano editori di se stessi per una questione di sopravvivenza

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



**Per questo è fondamentale
che le aziende creino
team interni #social e #digital:
i 'Social Media & Digital
Competence Centers'**

Il Social Media & Digital Competence Center si occupa di



- **Social Media Marketing**
- **Social Media Communication**
- **Digital Marketing**
- **Digital Communication**

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



Questo team gestisce le 30 discipline del Web e Digital



WMM	Web Marketing Manager	PPP	Pay Per Performance
WMS	Web Marketing Specialist	RM	Reputation Management
ADW	Adwords	SEM	Search Engine Marketing
AM	Article Marketing	SEO	Search Engine Optimization
BA	Banner Advertising	SNM	Social Network Marketing
BM	Blog Management	SNSM	Social Network Security Management
CBM	Campaign Budget Management	WAA	Web Analytics Analysis
CDBB	Customer Database Building	WBI	Web Business Intelligence
CM	Community Management	WCO	Web Copywriting
DEM	Direct Email Marketing	WGD	Web Graphics Designer
ECO	e-commerce	WGM	Web Game Marketing
EMA	Email Marketing Automation	WLG	Web Lead Generation
ESU	e-Survey	WMI	Web Marketing Intelligence
FM	Forum Management	WMSM	Web Marketing Security Management
KA	Keyword Advertising	WROI	Web Return of Investment & KPI
MWM	Mobile Web Marketing	WUO	Web Usability Optimization

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



Elementi chiave di una persona Social e Digital



- **Comunicazione**
- **Marketing**
- **ICT**
- **Management**
- **Teamwork**
- **Vision**
- **Pratica, realistica, operativa**
- **Orientata ai risultati**

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



- Il Social Media Manager è responsabile della pianificazione, definizione, implementazione ed esecuzione delle strategie di comunicazione effettuate attraverso i Social Network (es: Facebook, Twitter, G+, LinkedIn, ...)
- E' capace di strutturare ed instaurare una relazione virtuale e digitale con l'utenza, di creare conversazione ed interazione attraverso i Social Network ed utilizzarli come Media per comunicare e fare engagement secondo le direttive della comunicazione e dell'e-commerce.
- E' capace di effettuare campagne orientate alla 'Brand & Communication' come anche campagne con obiettivi di 'Marketing & Sales'
- E' in grado di dialogare ascoltando l'utenza, trasformandola in prospect e poi clienti.

- Ha solide basi di comunicazione e di analisi dell'impatto comunicativo. E' in grado di monitorare il sentiment delle conversazioni e di intervenire nel caso di bisogno per supportare l'azienda ed il management nel caso di problemi di Online Reputation.
- E' in grado di individuare e relazionarsi con stakeholder e influencers (blogger e/o giornalisti) ma anche singole persone influenti e determinanti nelle nicchie di mercato e che utilizzano gli strumenti social e online per comunicare.
- Gestisce i budget adv social, si occupa di monitorare le attività promozionali social, valutando il ROI (Return on investment -> Ritorno degli investimenti) dei diversi investimenti e monitorando i KPI (Key Performance Indicator -> Indicatori chiave delle prestazioni)

Alcune figure professionali che abbiamo profilato



- Social Media Marketing Manager
- Social Media Communication Manager
- Social Media Specialist
- Social Media Reporter
- Digital Marketing Manager
- Digital Marketing Specialist
- Digital Communication Manager
- Reputation Manager
- Community Manager

[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)



Per vivere nel mondo digital e social, siate creativi e pratici 😊



Grazie

Andrea Albanese

Mobile: +39.349.265.2792

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/albaneseandrea>

Facebook: <https://www.facebook.com/AndreaAlbanese01>

Slideshare: <http://www.slideshare.net/AndreaAlbanese>

Twitter: @FlashAndrea <https://twitter.com/FlashAndrea>



[Andrea Albanese](#) [@FlashAndrea](#) [@SMMdayIT](#) [#SMMdayIT](#)

