

Ufficio stampa e PR Online

Il ruolo dell'ufficio stampa nell'era del web 2.0

Opportunità

Nell'era di internet e del web 2.0 è profondamente mutato il modo di fare ufficio stampa e di interagire con i giornalisti on e offline. Un buon addetto stampa, oggi non deve solo dialogare con la stampa tradizionale, ma interfacciarsi con blogger, giornalisti di portali e di *community* virtuali; deve inoltre sapere scrivere, trovare contenuti e moderare le conversazioni (spesso anche degli stessi utenti finali) sui profili social. Un ruolo quindi molto delicato e poliedrico, considerando che l'addetto stampa 2.0 deve essere costantemente connesso con un numero quasi infinito d'interlocutori - gli "opinion leader digitali" (blogger, utenti social, youtuber, partecipanti dei forum) - e con ognuno di essi deve sviluppare un linguaggio ad hoc.

Finalità

Il corso intende approfondire strumenti e competenze necessarie allo svolgimento dell'attività di ufficio stampa 2.0.

Obiettivi specifici

- Conoscere i principali strumenti delle PR online (ufficio stampa, blog, profili dei social network, ecc..) e imparare a gestirli in maniera integrata
- Sviluppare un piano redazionale per comunicare con blogger e giornalisti in rete
- Imparare a scrivere per il web secondo i principi del SEO copywriting
- Imparare a scrivere un comunicato stampa social

Materiali e Metodo di lavoro

Ogni partecipante riceverà le slide del corso e tutto il materiale relativo alle esercitazioni proposte in aula. Il corso si svolge con modalità interattiva, con discussioni, lavori di gruppo e simulazioni, allo scopo di adattare rapidamente quanto appreso alla propria realtà professionale. Il corso permette di operare in "Action Learning" costruendo in aula percorsi di progettazione e sviluppo relativi alla propria realtà aziendale. L'aula è di 10-12 partecipanti con connessione wi-fi.

Partecipanti

Il corso si rivolge in generale a tutti coloro che desiderano approfondire le nuove dinamiche alla base dell'attività di ufficio stampa 2.0 e nello specifico a: addetti stampa "tradizionali", giornalisti e responsabili della comunicazione aziendale.

Durata

Due giornate formative in aula (16 ore). L'orario è dalle ore 9.30 alle 13.00 e dalle ore 14.00 alle 17.30.

Docente

Sara Mariani - <http://it.linkedin.com/in/saramariani1>

Programma

Il passaggio dalle tradizionali Public Relations alle PR online

- Cosa sono le PR online? Le differenze rispetto alle pubbliche relazioni tradizionali.
- Il ruolo dell'Ufficio Stampa 2.0
- SPR (social public relation): l'evoluzione di un ruolo
- I nuovi strumenti dell'ufficio stampa 2.0
- Come pianificare una strategia di comunicazione online (identificare gli opinion leader, gli influencer in target, i mezzi di comunicazione più adeguati, ecc..)
- L'importanza dei link in entrata: la link popularity
- Il piano editoriale cross mediale

Scrivere per il web e SEO Copywriting

- Scrivere per il web: principi di web writing
- Come i testi influiscono sul posizionamento organico di un sito sui motori di ricerca
- Individuazione delle parole chiave
- Come utilizzare i contenuti di una press release per migliorare il posizionamento organico di un sito

Il comunicato stampa 2.0

- Il comunicato stampa social nella forma 2.0
- Come dialogare con blogger e giornalisti online: i recall nell'era 2.0
- Chi e quando ha letto il tuo comunicato stampa online: alla scoperta dei Link tracciati
- Il data base dei giornalisti: come tenerlo sempre "pulito" e aggiornato
- La rassegna stampa 2.0: la press area virtuale
- Gli strumenti di invio del comunicato stampa

Media posseduti, comprati e guadagnati

- Article marketing e comment marketing
- Blog e brand reputation
- I Blogger: interlocutori e protagonisti delle PR online
- Come un ufficio stampa 2.0 deve comunicare con i blogger: la mappatura, il rapporto, gli influencer, ecc
- Metodi di mappatura dei blogger
- Analisi di casi di successo

Social Network funzionali all'ufficio stampa aziendale

- Uso strategico di Twitter e Pinterest
- Analisi di casi di successo