



SAF
SCUOLA DI ALTA FORMAZIONE
DELLE TRE VENEZIE



SAF
SCUOLA DI ALTA FORMAZIONE
DELL'EMILIA ROMAGNA

WeSAF
ALUMNI

CORSO

Gli strumenti di comunicazione digitale per il Commercialista

UTILIZZARE LINKEDIN E SFRUTTARE IL WEB PER CREARE NUOVE OPPORTUNITA' DI BUSINESS



3 LEZIONI

DI 4 H PER UN TOTALE DI 12 ORE

20 marzo, 3 aprile, 18 aprile 2023
dalle ore 14.00 alle ore 18.00

- ▶ Corso progettato specificatamente per il Commercialista da SAF per comprendere come ci si muove in rete, quali sono le metodologie e gli strumenti per promuoversi nei principali canali digitali e non fare errori
- ▶ Il corso è utile anche per acquisire le informazioni utili a scegliere e gestire eventuali fornitori specializzati nella gestione dei canali digitali
- ▶ E' riservato agli Alumni SAF che hanno compreso l'importanza strategica dei canali digitali e che desiderano approfondire come sfruttarli al meglio

ALUMNI



SCUOLE DI ALTA
FORMAZIONE
CNDCEC

OBIETTIVI

Con il corso si acquisiranno gli **elementi strategici e operativi per sviluppare relazioni, generare contatti e sviluppare la propria attività** nonché **confrontarsi in maniera ottimale con eventuali fornitori** di servizi digitali rispondendo alle seguenti domande:

- Come strutturare la propria presenza in rete in modo efficace?
- Come presentarsi e farsi trovare su Google? E su LinkedIn?
- Come evitare gli errori più comuni?
- Come generare contatti grazie agli strumenti di comunicazione digitale?
- Come gestire eventuali fornitori? Quale investimento è opportuno stanziare?

METODOLOGIA DIDATTICA

Dopo aver compreso il contesto in cui ci si muove oggi e le dinamiche che regolano i comportamenti delle persone in rete, con un **approccio pratico** si acquisiranno le **metodologie e gli strumenti per promuoversi nei principali canali digitali**.

In ogni lezione verranno presi in esame con numerose esemplificazioni, casistiche reali anche proposte dai partecipanti.



PROGRAMMA

Lezione 1

20 marzo 2023, h 14.00/18.00

La presenza sul web e il sito internet come elementi cruciali della strategia digitale

► Obiettivo

Strutturare o rafforzare la propria presenza online grazie a una maggiore conoscenza dei meccanismi che regolano la visibilità in rete, in particolare su Google, per **farsi conoscere e ingaggiare potenziali clienti**.

► Contenuti

- **Posizionarsi in rete:** il profilo dell'attività su Google, dalla sua creazione alla compilazione delle principali informazioni, fino alla gestione della proprietà e delle recensioni
- **Farsi trovare in rete:** le differenze tra SEO (Search Engine Optimization) e SEA (Search Engine Advertising) ovvero il posizionamento "organico" del sito web e i meccanismi che regolano la visibilità in Google e scoprire in quali casi potrebbero rivelarsi utili delle campagne pubblicitarie
- **Costruire il sito web:** dalla scelta dell'hosting ai principali tool per la realizzazione e la gestione della propria vetrina online. Si comprendono i passaggi chiave anche per affidare la realizzazione del sito a un professionista esterno.
- **Ottimizzare una pagina web:** stesura dei testi, scelta dei permalink, editing delle immagini, parole chiave da utilizzare, link interni al sito, ecc
- **Raccogliere contatti:** elementi e tool indispensabili per raccogliere dati, gestire moduli di contatto e iscrizioni a una newsletter
- **Valutare i costi e investimenti** proposti dai fornitori e modalità corrette per avanzare richieste



Gli elementi chiave per governare al meglio la presenza digitale del professionista e/o dello studio.

LinkedIn in pratica per i Commercialisti: presentarsi e fare rete

► Obiettivo

Acquisire dimestichezza con le funzionalità di base di LinkedIn per utilizzarlo in modo veloce e profittevole, farsi trovare, mantenere relazioni con i clienti e presentarsi in modo ottimale a potenziali contatti utili.

► Contenuti

- **Ottimizzare il profilo:** scelta dell'immagine del profilo e dell'immagine di sfondo, il sommario strategico e la presentazione delle informazioni, la scelta e la compilazione delle sezioni del profilo
- **Come relazionarsi:** la ricerca dei contatti, la gestione degli inviti, i messaggi di accompagnamento per le richieste di collegamento e l'uso strategico dei messaggi diretti
- **Costruire la rete** e acquisire informazioni grazie alla ricerca e ai filtri disponibili
- **Sales Navigator come strumento di business:** cos'è, come si usa, quando può rivelarsi un investimento e quando un costo

*Ottimizzare il profilo
LinkedIn, farsi trovare
e relazionarsi*

LinkedIn: dai contenuti personali a quelli dello studio

► Obiettivo

Comprendere come utilizzare LinkedIn in modo attivo, scegliere quali contenuti e come condividerli per amplificarne la visibilità, cercando di trarre il maggior beneficio con il minimo sforzo.

► Contenuti

- **Creare e pianificare contenuti** (post, articoli, newsletter, eventi), scegliere e programmare gli orari per aumentare l'efficacia e l'efficienza
- **Scegliere il formato sulla base del contenuto**: immagini, video, documenti, sondaggi
- **Fare sinergia**: utilizzare i post, gli articoli e le newsletter in modo sinergico e strategico, per supportare i propri obiettivi di comunicazione e di business
- **Scrivere i post**: acquisire la massima consapevolezza sulle differenti modalità di interazione (consigli, commenti, condivisioni)
- **Misurare l'efficacia delle proprie azioni** grazie agli strumenti messi a disposizione da LinkedIn e a strumenti esterni di tracciamento (UTM, GA4, shortener)
- **Creare la pagina LinkedIn dello studio**: i campi fondamentali e la loro finalità, la gestione degli amministratori, l'invito dei contatti, la pubblicazione e moderazione dei contenuti
- **Creare il piano editoriale** e l'uso sinergico di pagina aziendale e profilo, nel caso in cui si disponga di entrambi gli strumenti
- **Fare pubblicità su LinkedIn**, le basi per acquisire competenza sulla gestione delle campagne, dalla creazione dell'account pubblicitario alle logiche di profilazione fino agli investimenti

Condividere i propri contenuti e amplificarne la visibilità e misurare i risultati

DOCENTE

Sara Caminati

Docente e consulente di social media marketing.

Tra i riconoscimenti ottenuti: il Primo Premio Nazionale per l'Innovazione nei Servizi di Confcommercio nel 2009; il 1° Premio all'e-content Award 2009, nella categoria "Power 2 Women!"; il Premio "Donna è Web" 2010 nella categoria Professionista del Web dell'anno. Nel 2011 ha ricevuto il premio di migliore imprenditrice dell'anno dalla Camera di Commercio di Milano.

INFORMAZIONI

► **Quota di partecipazione**

La quota di iscrizione è pari a **€ 280**

La fatturazione avverrà in esenzione ex art. 10 n. 20 DPR 633/72.

► **Iscrizioni**

L'iscrizione è riservata agli Alumni SAF ed è previsto il numero chiuso.

- **Per iscrizioni Alumni SAF Triveneta**

[clicca qui](#)

- **Per iscrizioni Alumni SAF Emilia Romagna**

Inviare nome, cognome, codice fiscale e dati di fatturazione (inclusi P.IVA. e codice SDI) a segreteria@safriveneta.org

La Segreteria provvederà ad inserire l'iscrizione e ad inviare le istruzioni per il pagamento.

► **Modalità di partecipazione**

Le lezioni, data la metodologia didattica molto interattiva, verranno erogate esclusivamente in diretta online.

Sarà possibile visionare le lezioni in differita (registrate) solo ai fini didattici senza maturazione di crediti.

► **Crediti formativi**

L'iniziativa è in corso di accreditamento per la FPC dei dottori commercialisti ed esperti contabili.

► **Per informazioni**

Contattare segreteria@safriveneta.org



www.saftriveneta.org



SAF 
SCUOLA DI ALTA FORMAZIONE
DELLE TRE VENEZIE



SAF 
SCUOLA DI ALTA FORMAZIONE
DELL'EMILIA ROMAGNA

WeSAF
ALUMNI