

COMUNICAZIONE, MARKETING SPORTIVO E SOCIAL MEDIA

Contesto:

Nel mondo sportivo del Terzo Millennio, Economia e Sport rappresentano un binomio inscindibile. In questo contesto, il Marketing Sportivo interessa non soltanto le modalità di risposta da parte delle società sportive ai bisogni ed alle tendenze del mercato, ma anche l'adeguamento dell'offerta in termini di prodotto, prezzo, servizio, promozione. Così lo Sport Marketing viene utilizzato quotidianamente non soltanto dalle società sportive, ma anche e soprattutto dalle Aziende a scopo di brandizzazione. In questo contesto specifico, l'affermazione delle tecnologie digitali ed il consolidamento dei processi di comunicazione che accompagna la loro diffusione, si concretizza nel rapporto complementare mezzo/contenuto. Digitale e sport, essendo due concetti universali, vanno di pari passo e lo sport, in questo caso, può ricoprire il ruolo di facilitatore per l'accesso e la diffusione delle tecnologie digitali anche verso coloro che, essendo a vario titolo amanti dello sport o praticanti, non sono ancora tecnologicamente alfabetizzati. Nell'attuale contesto sportivo, quindi, la comunicazione ed il Social Media Marketing ricoprono un ruolo fondamentale ed è per questo che è assolutamente necessario essere aggiornati in questo campo per restare al passo con i tempi.

Obiettivi:

- Acquisizione della rilevanza dello sport all'interno delle strategie di Marketing Aziendale e strategie di Marketing Digitale
- Acquisizione degli strumenti fondamentali per il Marketing Sportivo e Social Media Marketing
- Approfondimenti sulle sponsorizzazioni sportive e sugli eventi legati alla promozione di un brand

Destinatari:

- Responsabili Comunicazione e Marketing
- Addetti Stampa
- Manager Sportivi
- Operatori delle Società Sportive
- Funzionari allo Sport

Durata:

24 ore

Programma:

- La rilevanza dello sport all'interno delle strategie di Marketing Aziendale
- Ruolo delle sponsorizzazioni sportive
- Pubblicizzazione delle associazioni sportive e dello sport
- Eventi sportivi, squadre sportive e singoli atleti
- Promozione dello sport al pubblico
- Entertainment
- Sport - azienda: second screen e Content Marketing
- Eventi Tour e GDO
- Merchandising
- Le strategie di Marketing Digitale e Social Media Marketing
- Gli strumenti del Web Marketing per la promozione online
- Digital PR
- Affiliate Marketing, E-mail Marketing, Mobile Marketing
- Il Marketing del passaparola
- Marketing Non Convenzionale
- Brand reputation
- Social CRM