

Sempre più spesso sentiamo parlare di web 2.0 e di social network ma forse non tutti sono ancora riusciti a cogliere le potenzialità di questi strumenti dal punto di vista marketing e comunicazione. Soprattutto per le Organizzazioni non profit che hanno la quotidiana esigenza di farsi conoscere all'esterno, di diffondere le proprie attività e di condividere opinioni ed idee con i soci, i volontari ed i sostenitori, saper "sfruttare" queste nuove opportunità è sicuramente importante.

Stiamo parlando di Facebook, Youtube, Myspace ma non solo: il mondo internet ci ha insegnato ad aspettarci continui e frequenti cambiamenti. Diventa quindi importante impostare un piano strategico su come l' Organizzazione deve essere presente sul web gestendo ogni evoluzione in modo coerente con la missione che l' Organizzazione stessa si è data.

Web 2.0 per Le Organizzazioni non profit: come sfruttare i social networks (II edizione)

Obiettivi della giornata

- Capire il fenomeno delle web community e dei social networks in chiave di marketing
- Scoprire quali nuovi approcci di marketing siano possibili attraverso le communities
- Realizzare comunicazione mirata nelle communities

Come

La giornata prevede una parte teorica e metodologica e una parte applicativa che si avvarrà dell'esperienza di navigatori evoluti.

Argomenti trattati

- ✓ Che cos'è il web 2.0
- ✓ Che cosa sono i social networks: realtà esistenti e nuove tendenze
- ✓ Come possono le onp trarre vantaggi dai social networks
 - definire la strategia: criteri e metodi per "esserci"
 - valutare le opportunità e i rischi nell' "esserci": casi di presenza di onp
 - fidelizzare attraverso la community
 - acquisire nuovi donatori e volontari con strategie di comunicazione mirata

Destinatari: chi, all'interno della propria organizzazione non profit si occupa di marketing, comunicazione, web, eventi e raccolta fondi

Data: **mercoledì 14 ottobre 2009**, dalle ore 9.30 alle ore 17.30

Sede: via Antonio da Recanate 1, **Milano**, presso la società Mida (fermata della MM Stazione Centrale)

Docenti: **Elisabetta Casali**, director della divisione Marketing Communications di Business Press, affermata agenzia di comunicazione milanese. Da più di 10 anni in agenzia, offre consulenza e sviluppa progetti di comunicazione integrata. A capo del proprio team, si occupa di attività quali corporate identity, progetti editoriali, direct marketing, sales promotion, eventi e progetti online e, da qualche anno, si dedica anche alla formazione.

Contributo di partecipazione: € 60,00

Per informazioni: scrivere a formazione@consorziofare.org o telefonare allo 02.66.91.845 (sig.ra Eugenia Spallino)