

**Creare Campagne Google AdWords e Facebook Ads:  
strategie, tecniche e strumenti pratici per raggiungere il successo.**

Una giornata di approfondimento dedicata esclusivamente alle campagne inserzioni via Google e Facebook, con un accenno anche a Twitter e Instagram: uno strumento *push* con cui si possono raggiungere molteplici obiettivi.

Il workshop è indicato per gli operatori della Cultura, perché verranno analizzate *case history* e esempi specifici, ma anche per tutti coloro che sono interessati a promuovere in maniera efficace, con investimenti contenuti, la propria realtà professionale.

Il workshop fornirà le basi per conoscere e utilizzare le campagne online. Principalmente:

- Cosa sono i Google AdWords, Facebook Ads, Twitter Ads e Instagram Ads e le diverse tipologie;
- Come utilizzarli al meglio: strumenti, know-how, esempi di buon uso.

Sarà inoltre compresa una parte di esercitazione su un caso reale, in cui i partecipanti impareranno a:

- impostare una campagna inserzioni su Facebook e Google;
- definire e gestire il budget;
- impostare il target;
- scegliere la rete pubblicitaria adatta agli obiettivi;
- scrivere annunci efficaci;
- scegliere le keywords.

Parte del workshop sarà dedicata alla reportistica, al monitoraggio degli andamenti e all'ottimizzazione delle campagne su Facebook e Google.

Infine, cenni pratici su Twitter Ads e Instagram Ads.

**DATA** 26 novembre 2016

**ORARI** 9,30-13,30- 14,30-18,30

**LUOGO** ITC Studio, via Vittoria 1, San Lazzaro di Savena.

L'ITC Studio è a 20 metri dalla stazione ferroviaria di San Lazzaro, a 200 metri dalla fermata dell'autobus, a 1,4 km dall'uscita 13 della tangenziale.

In Autobus: 19C fermata Caselle / Ca' Ricchi, 20 minuti dalla stazione di Bologna.

In Auto: uscita 13 della tangenziale.

In Treno: Bologna - San Lazzaro in meno di 10 minuti

**COSTO** 100€ + IVA 5% (interamente fatturabili)

**NUMERO PARTECIPANTI**

Max. 25

**ISCRIZIONI** info@teatrodellargine.org tel: 051 6271604 fax: 051 6278647

## PROGRAMMA

Sabato 26 novembre

9,30 – 10,30: **La pubblicità online:** principi, regole, basi di funzionamento, meccanismi, canali, esempi pratici;

10,30 – 12,30 : **Campagne Google AdWords:**

- Impostare obiettivi, reti pubblicitarie, annunci e keywords;
- Monitorare e ottimizzare: monitoraggio delle conversioni, remarketing, reportistica, dati di Google Analytics;

12,30 – 13,30: **Campagne Facebook Ads:**

- Scelta di tipologia, obiettivi, contenuti creativi;
- Raggiungere l'utente adatto: targeting, interessi, geolocalizzazione ed altro;

13,30 – 14,30: pausa pranzo;

14,30 – 15,30: **Campagne Twitter Ads e Instagram Ads (Cenni):** cosa sono, come utilizzarli, come si fanno, tipologie;

15,30 – 17,00: **Esercitazione:** programmazione e attivazione di una campagna inserzioni Google AdWords e Facebook Ads su un caso reale (due gruppi di lavoro);

17,00 – 18,30: **Altri possibili canali per la promozione online:** campagne video su YouTube e reti partner e le soluzioni per le organizzazioni non profit.

### **Andrea Maulini**

Si occupa da più di 20 anni di consulenza di marketing, ricerche di mercato e comunicazione web e social per diversi settori merceologici. Tra i suoi clienti, aziende come Alitalia, De Agostini, Il Sole 24 Ore, Mediaset, RAI; istituzioni come Regione Emilia-Romagna, Regione Sardegna, Regione Sicilia, Regione Umbria; enti culturali come Festival dei Due Mondi di Spoleto, Festival Puccini di Torre del Lago, Piccolo Teatro di Milano, Sistema Museo di Perugia, Teatro Eliseo di Roma, Teatro del Maggio Musicale Fiorentino, Teatro di San Carlo di Napoli. Alcuni suoi progetti di comunicazione web e social media hanno ottenuto rilevanza internazionale e sono stati presentati nel corso di incontri e convegni, tra cui la Social Media Week o il Salone del Libro di Torino.

### **Valeriya Kilibekova**

Account Manager di Profili, lavora nel ambito della comunicazione e del marketing dal 2004, con un focus particolare su cultura e attività internazionali.

All'interno di Profili si occupa, tra l'altro, della pianificazione delle campagne di comunicazione a pagamento e del loro coordinamento. Valeriya ha impostato e curato campagne su Google AdWords, Google Grant, Facebook Ads, Twitter Ads, Instagram Ads per aziende quali Cantine Milani, Casa Castano, Idral; progetto di distribuzione editoriale come Pagine Di; enti e istituzioni culturali come Festival Puccini di Torre del Lago, Festival Tramedautore, Outis - Centro di Drammaturgia contemporanea, Piccolo Teatro di Milano, Teatro a Molla, Teatro Carlo Felice, Teatro Eliseo; università ed enti di formazione come Dipartimento della Musicologia e Beni Culturali – Università degli studi di Pavia, Fondazione Alma Mater – Università di Bologna; show come Dire Straits Legacy e Erix Logan.