

## Dal post al profitto Come trasformare i social media in uno strumento di vendita

### OBIETTIVI

Il percorso formativo ha la finalità di fornire ai partecipanti una visione strategica e operativa sull'utilizzo dei social media come strumento di supporto ai processi di vendita.

L'obiettivo è superare un approccio basato esclusivamente sulla presenza online, per sviluppare un

metodo strutturato, misurabile e orientato ai risultati economici.

Il corso mira a rendere i partecipanti autonomi nella progettazione, gestione e ottimizzazione di strategie di comunicazione digitale applicabili a diversi settori e modelli di business.

Al termine del percorso i partecipanti saranno in grado di:

- comprendere il ruolo dei social media all'interno dei diversi processi di vendita
- collegare le attività di comunicazione agli obiettivi di business
- progettare una strategia social orientata alla generazione di opportunità commerciali
- creare contenuti coerenti con il percorso decisionale del cliente
- scrivere messaggi chiari, persuasivi e orientati all'azione
- utilizzare in modo consapevole l'Intelligenza Artificiale a supporto della produzione dei contenuti
- analizzare le performance e interpretare i dati rilevanti
- ottimizzare la strategia sulla base dei risultati ottenuti

### DESTINATARI

Il corso è progettato per essere flessibile e adattabile a diversi livelli e profili professionali, in base alle esigenze dell'organizzazione. Può essere fruito sia da figure con responsabilità, sia da ruoli operativi.

### DURATA e metodologia di erogazione:

Il percorso ha una durata complessiva di 20 ore.

Formazione online in modalità sincrona, con una parte applicativa e laboratoriale per favorire l'apprendimento pratico.

N.B. Il programma può essere eventualmente rimodulato per ridurre la durata complessiva, mantenendo gli obiettivi formativi essenziali.

### CONTENUTI

#### 1. STRATEGIA DI VENDITA & RUOLO DEI SOCIAL – *“Dalla visibilità alla generazione di opportunità”*

Questo modulo fornisce le basi strategiche per trasformare i social media da semplice vetrina a vero strumento di business. I partecipanti impareranno a collegare attività

social e risultati economici, superando la logica dei like e dei follower.

### **Obiettivi**

- Comprendere il ruolo dei social nei diversi processi di vendita
- Superare l'approccio "presenza online" a favore di una logica di opportunità
- Allineare comunicazione, marketing e vendite

### **Programma e Attività**

- Social media e modelli di vendita: B2C, B2B, servizi, consulenza, retail
- Il percorso decisionale del cliente: fiducia, valore, scelta
- Social come canale di prevendita e qualificazione
- Metriche di visibilità vs metriche di impatto sul business
- KPI trasversali applicabili a settori diversi
- Obiettivi di business e traduzione in obiettivi di comunicazione
- Errori comuni indipendenti dal settore
- Esercizio: mappare il proprio processo di vendita e il ruolo dei social

## **1. CONTENT STRATEGY ORIENTATA ALLA VENDITA – “Contenuti che educano, posizionano e preparano all'acquisto”**

Questo modulo mostra come progettare contenuti utili e rilevanti per accompagnare il cliente nella decisione. I contenuti vengono trattati come strumenti di relazione, autorevolezza e preparazione alla vendita. Il metodo è applicabile a qualsiasi settore e tipologia di offerta.

### **Obiettivi**

- Progettare contenuti coerenti con il percorso decisionale del cliente
- Costruire una strategia editoriale adattabile a diversi mercati
- Collegare ogni contenuto a un obiettivo concreto

### **Programma e Attività**

- Il customer journey applicato a prodotti, servizi e consulenza
- Contenuti per informare, rassicurare, differenziare e convertire
- La matrice dei contenuti trasversale ai settori
- Educazione del mercato e posizionamento del valore
- Struttura di un piano editoriale orientato alla vendita
- Adattare lo stesso messaggio a canali e pubblici diversi
- Metodo per la generazione continua di idee basate su problemi reali
- Laboratorio: costruzione di un piano editoriale settoriale

## **2. COMUNICAZIONE PERSUASIVA, CTA & AI – “Guidare la decisione senza forzare la vendita”**

Questo modulo sviluppa la capacità di comunicare valore in modo chiaro e convincente. Il focus è sulla scrittura persuasiva applicabile a prodotti, servizi e offerte complesse. L'Intelligenza Artificiale viene utilizzata come supporto strategico, non come sostituto.

### **Obiettivi**

- Scrivere messaggi persuasivi adatti a diversi mercati
- Utilizzare call to action coerenti con il livello di consapevolezza

- Integrare l'AI per migliorare qualità e coerenza dei contenuti

#### **Programma e Attività**

- Psicologia della decisione e leve persuasive universali
- Struttura dei messaggi che generano fiducia e interesse
- Comunicazione del valore vs comunicazione del prezzo
- Tipologie di CTA per vendite semplici e complesse
- CTA di relazione, approfondimento e conversione
- Linguaggio naturale e comunicazione non artificiale
- AI come assistente strategico alla scrittura
- Laboratorio: adattare lo stesso messaggio a settori diversi

### **3. MISURAZIONE, LEAD & OTTIMIZZAZIONE – “Dai contenuti alle opportunità commerciali”**

Questo modulo insegna a misurare l'efficacia dei social in relazione agli obiettivi di vendita. I partecipanti imparano a trasformare l'attenzione in contatti e opportunità. Il focus è su metodo, dati e miglioramento continuo, indipendentemente dal settore.

#### **Obiettivi**

- Misurare l'impatto dei social sul processo commerciale
- Ottimizzare contenuti e messaggi sulla base dei dati
- Integrare i social in una logica di lead generation

#### **Programma e Attività**

- KPI trasversali per prodotti, servizi e consulenza
- Lettura dei dati: cosa indica interesse reale
- Costruzione di dashboard essenziali
- Analisi dei contenuti che generano opportunità
- Ottimizzazione strategica basata sui risultati
- Introduzione ai sistemi di lead generation
- Social come generatore di contatti qualificati
- Audit pratici multi-settore
- Action plan operativo personalizzato
- Tool di ricerca e validazione delle idee di contenuto

#### **CERTIFICAZIONI RILASCIATE**

Attestato di partecipazione

#### **QUOTA DI ISCRIZIONE individuale**

Costo per partecipante € 430,00 + IVA

per gli associati al sistema Confindustria € 360,00 +IVA