Contenuti del corso

Dall'ODIOence al Gradimento Misurabile.
Lezione introduttiva di Francesco Gori, DC 2.0, I.D.E.A. Advisor.
Il nuovo media è l'intrattenimento. Se la pubblicità diventa intrattenimento, crea gradimento crossmedia, passaparola e risultati misurabili attraverso internet.

L'arte di intrattenere il pubblico.
Morena Rossi intervista Giancarlo Bozzo direttore artistico di Zelig, e altri professionisti dell'intrattenimento.

Marketing & Entertainment 2.0.
Raffaele Jacovelli (C.E.O. Akkalab S.r.l.).

Strategia e creatività open source.
Francesco Gori (DC 2.0, I.D.E.A Advisor) intervista Morena Rossi (AD Z&LIG):
Per realizzare un progetto di advertainment serve un nuovo mix di competenze e una nuova professionalità trasversale in grado di farle interagire.

Businness case.
Il processo verrà riprodotto all'interno di una virtual room dove le diverse professionalità lavoreranno su un business case.
Contemporanemaente anche il popolo internet porteciperà alla creazine della campagna case attraverso un open brief, mostrando così le potenzialità del crowdsourcing.

Alla fine della silmulazione i corsisti saranno invitati a risolvere alcune problematiche relative al business case, inviando elaborazioni o idee che costituiranno materia di esame.

Introducing W.O.M.
Introduzione di Francesco Gori (DC2.0, I.D.E.A Advisor).
La principale dote di una campagna word of mouth è quella di trasformare la semplice audience in gradimento poichè l'utente spedisce agli amici solo qualcosa che gli è piaciuto. Per generare grandi volumi di gradimento non basta tuttavia realizzare un video, né pianificarlo e misurarlo secondo le classiche procedure on line.
Servono una creatività e una pianificazione ad hoc, oltre ad un sistema di misurazione capace di rilevare l'audience virale.

Produzione spot virale: low budget e qualità TV.
Swan - Swan Film.
Un regista 2.0 esporrà le fasi e le metodologie produttive di uno spot virale che ha l'obbiettivo di poter essere pianificato anche in TV.

Seeding word of mouth.
Docenti: Emanuele Del Signore (Viral Engine), Alex Giordano e Mirko Pallera (Fondatori Ninja Marketing).
Tecniche di pianificazione della campagna word of mouth.

Tracking Word of Mouth.
Docenti: Emanuele Del Signore, (Viral Engine).
Metodologie, tecnologie e strumenti di misurazione dell'audience virale.

Online Brand Reputation & Web Analytics
Francesco Gori (consulente web marketing).
Utilizzando i nuovi servizi on line oggi è possibile raccogliere tutte le informazioni qualitative e quantitative relative a brands e prodotti.

I nuovi media.
Introduzione di Marco Montemagno (CEO Blogosfere) su come e quanto l'avvento della rete ha cambiato il rapporto degli utenti con il media, con focus su portali, social network, motori di ricerca.
Le lezioni di approfondimento saranno rese attraverso testimonianze di professionisti che operano nel campo del:

- Mobile (Orazio Spoto - Buongiorno.it)
- Guerrilla Marketing (Alex Gordano e Mirko Pallera - Ninja marketing),
- Mobile TV (Alessandro Morelli),
- Web TV e Digital Signage (Angelo Tracanna - OneLab),
- Portali (TBA)

Monster Advertainmen

- Presentazione
- Descrizione
- Modalità di erogazione
- Contenuti del corso
- Iscrizione e rette
- Piccolo Vademecum
- Glossario

Aree di Intervento

- Formazione
- Ricerca
- Marketing&Comunicazione
- Formazione Finanziata

Akka Daily

- Marketing
- Comunicazione
- Tecnologia

Akka Club

Username
Password
Entra
Ricordami
Password dimenticata?
Nessun account? Registrati

- Portali (TBA),
- Search Marketing (Angelica Velati – Google),
- Proximity Marketing (Swan – SwanFilm)
- Radio 2.0 (Francesco Perilli – R101)
- Professionisti della Mediamorfosi (Andrea Baccuini – It's Cool),
- Social Network (David Orban).

Il ruolo e le professionalità del nuovo centro media.
Marco Fontana – Piano Media (Brand Portal)

Dall'intrattenimento all'acquisto.
Ivano Boscardini. Docente di psicologia della comunicazione.
Il cervello che guarda uno spot. Come si crea un ricordo. Qualità e quantità del messaggio. Il ruolo dell'attenzione. Messaggio mediato vs intrattenimento puro.
L'intrattenimento come scelta attiva e interattiva da parte del pubblico.



Akkalab S.r.l. Via Tito Vignoli 44 - 20146, Milano Italy T +390291988067 - F +390291988069 - info@akkalab.it
Capitale Sociale Euro 10.000,00 N. REA MI-1813180 CF -P.IVA 05321340969