



**CORSO DI MARKETING, COMUNICAZIONE E SOCIAL MEDIA
APPLICATO ALLO SPORT**

PROGRAMMA

Durata: 12 ore

Docenti:

Gianluca Espa (titolare agenzia di marketing www.2-Torri.com)

Francesco Costanzini (consulente e formatore freelance www.franzcos.it)

Laura Tommasini (giornalista sportiva specializzata in media www.sportpress.it)

Il programma del corso prevede una formazione minima sulle potenzialità della comunicazione web, dell'uso dei social media e del marketing sportivo, diretta ai protagonisti dello sport di oggi, dirigenti di società, allenatori, tifosi, semplici sostenitori. Il web è un veicolo eccezionale per portare la visione di ogni società sportiva alla conoscenza sul territorio, e questo corso, per quanto si prefigge di dare le basi, è sicuramente innovativo nel nostro ambiente Fipav.

Ogni docente avrà a disposizione 4 ore in presenza o online per formare gli iscritti e portare a termine gli obiettivi della sua singola unità didattica.

Il corso si articola in 3 unità didattiche, non rilascia un certificato e non ha un minimo di ore di presenza per ogni discente.

UNITA' 1 – MARKETING SPORTIVO E GDPR

GIANLUCA ESPA

Obiettivi:

- **Marketing Sportivo e rapporti con gli sponsor**
- **Data Base e cenni di GDPR**

Il programma si articola in un percorso didattico che accompagna il partecipante a comprendere come sviluppare una vera e propria strategia di Marketing, compreso il rapporto con gli sponsor e la gestione dei dati sensibili. Durante il corso si analizzeranno anche i rischi che si incontrano con il GDPR, la normativa in vigore dal 2008 sui dati sensibili.



MARKETING SPORTIVO

Come si può immaginare, il marketing sportivo è molto ma molto di più del raccogliere sponsor e contribuiti. Fare marketing sportivo significa:

- Definire il tuo mercato sportivo
- Conoscere i tifosi e il territorio
- Immagine/fotografia del club o dell'atleta
- Definire gli obiettivi e come misurarli
- 2020: la tecnologia per avvicinare lo sport al pubblico
- Stringere legami con le istituzioni
- Valore della squadra o dell'atleta indipendente dai risultati sul campo
- P.A.C.A. (Produci, Analizza, Correggi, Analizza)
- Obiettivo economico: i dati

RAPPORTI CON GLI SPONSOR

Nel 2020, lo sponsor vuole qualcosa in più: fare business e sfruttare un veicolo importante, i dati.

Quindi spiegheremo:

- ✓ Quali sponsor contattare
- ✓ Come entusiasmarli: STORYTELLING sulla società
- ✓ Come nutrirli: STORYTELLING su di loro
- ✓ Come mantenerli: Incontri B2B, come vanno organizzati
- ✓ Come rinnovarli: PhotoBook

DATI e GDPR

La più grande fonte della società sono i propri tesserati. Un SMS inviato ad un proprio tesserato è qualcosa di prezioso: lui lo aprirà subito quando vede che arriva dalla sua società.

I punti fondamentali sono:

- ➔ Il tifoso/atleta/genitore non va mai tradito nel messaggio: perché e come si fa
- ➔ SMS o MAIL?
- ➔ SOCIAL?
- ➔ Profilazione: che cosa è e perché
- ➔ GDPR: come faccio a prendere i dati legalmente?



UNITA' 2 – REPUTAZIONE E SOCIAL MEDIA

FRANCESCO COSTANZINI

Obiettivi:

- **Identità e reputazione della società sportiva**
- **La comunicazione digitale: sito, e-mail o social?**

REPUTAZIONE

Cosa significa il concetto di reputazione e perché è così importante anche sul digital.

- Suggestimenti e strategie per mantenere la reputazione della società sportiva ad alti livelli, partendo dalla consapevolezza di tutti coloro i quali agiscono per nome e per conto della società.

Dopo questo primo e fondamentale snodo, capiremo quali sono le premesse necessarie per comprendere la propria identità societaria per poi riuscire a comunicarla all'esterno.

LA COMUNICAZIONE NEL MONDO DIGITALE

Un sito web serve ancora nel 2020?

Andiamo tutti su Tik Tok?

Cosa significa avere un progetto di comunicazione e come svilupparlo correttamente utilizzando gli strumenti che il mondo digital ci mette a disposizione.

- Cercheremo di conoscere gli strumenti a disposizione (attraverso una panoramica) per poter scegliere quelli che possono essere utilizzati per sviluppare il proprio piano marketing e di comunicazione.



**UNITA' 3 – COMUNICAZIONE ED UTILIZZO DEI DISPOSITIVI
LAURA TOMMASINI (lezione unica in presenza)**

Obiettivi:

- **Utilizzo delle attrezzature in base al social**
- **Riprese online e offline, programmi di montaggio su dispositivi mobili**
- **Pubblicazione delle fotografie**

I video negli ultimi anni hanno trovato sempre più spazio nella comunicazione. I social in questo sono ottimi veicoli permettendo un real time molto utile per raggiungere un ampio pubblico con costi minimi.

Per produrre un video serve però attenzione sia alla parte deontologica, soprattutto per chi si occupa di comunicazione su profili di squadre giovanili, che a quella dell'attrezzatura.

Inoltre ogni social richiede specifiche proprie.

E' quindi opportuno approfondire quale usare e come a seconda dell'obiettivo che ci si pone.

La lezione in presenza, se possibile farla, si terrà nel totale rispetto delle disposizioni COVID-19.

MODALITA' DI ISCRIZIONE

La scadenza delle iscrizioni è fissata per **martedì 27 Ottobre 2020 entro le ore 18.00**

La quota di iscrizione di 60 euro permette di accedere alle lezioni, che resteranno disponibili anche al termine del corso, e al gruppo FB di cui faranno parte docenti e allievi e in cui sarà possibile continuare a confrontarsi per crescere in un percorso che va oltre le ore di lezione

Il versamento potrà essere effettuato:

sul c/c postale n. 10487403 intestato a Federazione Italiana Pallavolo – Comitato Territoriale Bologna – via di Corticella 180/4 – Bologna

oppure tramite bonifico bancario utilizzando il codice iban: IT55Q0100502402000000201005.

Per iscriversi inviare una mail a webmaster.bologna@federvolley.it indicando:

NOME – COGNOME - CONTATTO Facebook

e allegando la ricevuta di avvenuto pagamento.



MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

Prima dell'inizio del corso i partecipanti riceveranno una mail di conferma e l'invito a iscriversi al gruppo Facebook in cui sarà possibile assistere alle lezioni in diretta, interagire con i docenti e scambiare opinioni anche una volta terminate.

Se non sarà possibile, la lezione del terzo modulo prevista inizialmente in presenza sarà svolta online come le altre, in ogni caso sarà disponibile e consultabile il video della lezione.