



CORSO DI

# Social Media Management

per il settore Farmaceutico  
e Sanitario



comunicazione  
farmaceutica

 **coiante**

## Finalità

Il marketing del settore farmaceutico e sanitario conta sempre di più sulla grande forza dei social network per condividere informazioni di valore e stabilire relazioni durature coi consumatori. Il corso di **Social Media Management per il settore Farmaceutico e Sanitario** è dedicato all'acquisizione delle competenze chiave per ideare, pianificare e gestire ogni aspetto della comunicazione sui social network di aziende e professionisti del settore farmaceutico e sanitario.

I partecipanti a questo corso studieranno tutte le caratteristiche delle principali piattaforme social in modo da utilizzarle al meglio e raggiungere sempre gli obiettivi previsti. Impareranno ad adottare la nuova "mentalità social", che porta a un modo di comunicare più coinvolgente. Apprenderanno a individuare il loro pubblico chiave con il modello delle *personas* e a coinvolgerlo con testi, foto, illustrazioni, audio e video pensati appositamente per la condivisione online. Verrà insegnato come usare al meglio hashtag, tag, menzioni, gruppi, liste, offerte, pagine, profili ed eventi, come incrementare i propri follower e come sponsorizzare i post per avere grandi risultati in tempi rapidi. Particolare attenzione sarà data all'analisi delle performance, alla moderazione dei commenti e all'utilizzo di piattaforme di instant messaging come WhatsApp, Telegram e Snapchat. Ogni aspetto sarà analizzato con attenzione e corredato da esempi pratici e *case history* di successo a cui ispirarsi.

## Obiettivi

L'obiettivo formativo principale del corso è trasferire un nuovo approccio al marketing sui social network, insieme a una serie di nozioni tecniche e creative indispensabili per comunicare sui social in modo efficace.

Lo studio di *case history* di successo sarà un elemento essenziale per dare ai partecipanti degli esempi d'eccellenza da prendere come punti di riferimento per l'ideazione di strategie, contenuti e piani editoriali.

Il corso avrà una durata di **due giorni**, per un totale di **14 ore** da svolgere in aula. Ogni giornata di formazione si concluderà con un'esercitazione che consentirà ai partecipanti di sperimentare a livello pratico le nozioni apprese progettando la creazione di contenuti, piani editoriali, strategie e post sponsorizzati.

# Destinatari

- ✓ Neolaureati in discipline Scientifiche o Economiche
- ✓ Informatori Scientifici del Farmaco
- ✓ Product Specialist
- ✓ Farmacisti
- ✓ Key Account Manager
- ✓ Regulatory Affair Specialist
- ✓ Public Affair Manager
- ✓ Ricercatori Scientifici
- ✓ Jr Product Manager
- ✓ Market Research Specialist
- ✓ Blogger
- ✓ Seo Copywriter
- ✓ Web Editor
- ✓ Social Media Manager
- ✓ Web Marketing Manager
- ✓ Ux Designer
- ✓ Web Designer
- ✓ Graphic Designer

# Sbocchi occupazionali

- Blogger
- Seo Copywriter
- Web Editor
- Social Media Manager
- Web Marketing Manager
- Ux Designer
- Web Designer
- Graphic Designer

## Titolo rilasciato

Diploma di

**SPECIALISTA IN SOCIAL MEDIA MANAGEMENT FARMACEUTICO E SANITARIO**

## In che modo favoriamo l'inserimento nel lavoro?

- **Inserimento nella nostra banca dati** di ricerca e selezione del personale farmaceutico
- **Invio del curriculum** alla fine del corso alle nostre aziende partner (Farmaffari)
- Possibilità di **stage** post corso con le aziende partner.

## Sede del corso

**MILANO**, VIA CASCINA VENINA 7  
20090 ASSAGO (MI) (a 200 mt. dalla  
fermata Metro 2 Assago-Milanofiori)

**ROMA**, VIA C. CONTI ROSSINI 26  
00147 ROMA (a 20 min. dalla fermata  
Metro B Garbatella)

## Quota di partecipazione

Il costo per la quota ordinaria è di **€ 500 oltre IVA**.

Il costo per studenti universitari e soci ANCTF, per lavoratori in mobilità o disoccupati e per le iscrizioni anticipate (entro 30 giorni dall'inizio corso) è ridotto a **€ 350 oltre IVA**.

## Modalità di iscrizione

Compilare la scheda allegata in fondo al presente programma ed inviarla all'indirizzo e-mail [formazione@comunicazionefarmaceutica.it](mailto:formazione@comunicazionefarmaceutica.it) o al numero di fax **02.67.165.266**

## Lo staff dei docenti

### GIOVANNI BATTISTA COIANTE

Formatore e imprenditore digitale

### ENRICO PALMA

CEO Comunicazione Farmaceutica, direttore generale Farmaffari e accademico A.E.R.E.C.

### ESTER PALMA

Responsabile della formazione per Comunicazione Farmaceutica e direttrice eventi per Farmaffari

### LUCA TERLIZZI

Copywriter e consulente di digital marketing

# PROGRAMMA del CORSO

## RIVOLUZIONE SOCIAL

- Italiani e salute: la comunicazione corre sui social network
  - Diffondere informazioni corrette per diventare punti di riferimento
  - Perché è così importante pubblicare contenuti di valore sui social
  - La forza del passaparola
  - Viralità: esempi di comunicazione virale di successo in ambito sanitario
  - I vantaggi che offre il social media marketing rispetto al marketing tradizionale
- 

## LE PRINCIPALI PIATTAFORME SOCIAL:

### QUALI SONO, IN COSA SI DIFFERENZIANO

- Facebook: profili, pagine, amici, liker, post ed eventi
- I gruppi Facebook: in che modo possono essere una risorsa preziosa
- L'algoritmo di Facebook: come utilizzarlo a proprio vantaggio
- Twitter: account, follower e tweet
- Le liste Twitter: una feature importante ma sottovalutata
- Instagram: profili, pagine, follower, post e storie
- Tag, hashtag e menzioni: come si usano, a cosa servono
- Tag, hashtag e menzioni su Instagram e su Twitter: le differenze
- LinkedIn: profili, pagine aziendali, gruppi e offerte di lavoro
- Google My Business: il lato social dell'ecosistema Google
- YouTube: canali, video e strategie
- Social network specifici per il mondo sanitario
- I forum: in cosa si differenziano dai social network e perché sono ancora utili

## DIVENTARE SOCIAL

- La sanità sbarca sui social: finalità, scelta dei canali e dei responsabili
- Segmentazione, target e posizionamento: prendere la mira con le *personas*
- Tone of voice: scegliere un linguaggio efficace e coerente
- Contenuti: cosa comunicare e come farlo in modo davvero coinvolgente
- Foto, video, illustrazioni e audio: tanti formati multimediali per colpire sempre nel segno
- Contenuti social di successo: analisi delle *case history*
- Creare strategie, piani e calendari editoriali

---

## PRIMA ESERCITAZIONE

---

### GESTIRE I SOCIAL

- Comunicare sui social: una nuova mentalità
- Pianificare i post: strategie, tecniche e strumenti
- Differenziare la comunicazione a seconda della piattaforma: adattamenti, sintesi, dirette e link
- Come aumentare i propri follower su ogni piattaforma social
- Misurare il successo: tutti i tool per conoscere le proprie performance sui social

---

### SPONSORIZZARSI SUI SOCIAL

- Le inserzioni sui social: a cosa servono, come funzionano, come si usano
- Facebook & Instagram Ads: caratteristiche e particolarità
- Pubblico chiave, simile e personalizzato
- Formati esclusivi delle inserzioni Facebook
- Twitter Ads: caratteristiche e particolarità
- LinkedIn Ads: caratteristiche e particolarità
- Le offerte di lavoro e i messaggi sponsorizzati

- YouTube Ads: la potenza dell'ecosistema Google applicata ai video
  - Scegliere obiettivi, target e creatività ottimali per avere il miglior risultato possibile
  - Fare test e interpretare le statistiche: la regola d'oro delle inserzioni sui social
- 

## **CONVERSAZIONE È CONDIVISIONE**

- Commenti pubblici: come rispondere e affrontare i feedback negativi
  - Comunità online: come interagire con successo, come crearne una
  - Messaggi privati: a chi inviarli, come scriverli e con quale obiettivo
  - Come rispondere a un messaggio privato
  - SMS Marketing: come servirsi degli SMS in modo efficace
  - Instant Messaging: come fare marketing su Snapchat, Telegram e Whatsapp
- 

## **ESERCITAZIONE FINALE**

---

## **CHIUSURA LAVORI**

- Conclusione e saluti finali

# Scheda di iscrizione

## AL CORSO DI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT PER IL SETTORE FARMACEUTICO E SANITARIO

### Dati personali del partecipante

NOME E COGNOME \_\_\_\_\_

LUOGO E DATA DI NASCITA \_\_\_\_\_

RESIDENTE IN \_\_\_\_\_ PROV. \_\_\_\_\_

VIA \_\_\_\_\_ CAP \_\_\_\_\_

TEL. \_\_\_\_\_ FAX \_\_\_\_\_

RAGIONE SOCIALE \_\_\_\_\_

C.F. \_\_\_\_\_ P.IVA \_\_\_\_\_

TITOLO DI STUDIO \_\_\_\_\_

ATTUALE OCCUPAZIONE \_\_\_\_\_

E-MAIL \_\_\_\_\_

---

### Quota di partecipazione

- QUOTA ORDINARIA: € 500 oltre IVA
- QUOTA RIDOTTA: € 350 oltre IVA (iscrizione anticipata)

---

### Modalità di pagamento

- BONIFICO BANCARIO** (indicante il nome del partecipante) intestato a:  
COMUNICAZIONE FARMACEUTICA S.R.L.  
Banca BCC Banca di Credito Cooperativo  
IBAN IT40G0711003400000000007129
- PAYPAL** (indicante il nome del partecipante) verso l'indirizzo e-mail  
sales@comunicazionefarmaceutica.it
- VAGLIA POSTALE** (indicante il nome del partecipante) intestato a:  
COMUNICAZIONE FARMACEUTICA S.R.L.  
Piazza IV Novembre, 4 20124 Milano (MI)



## Clausole contrattuali

1. **PERFEZIONAMENTO DELL'ISCRIZIONE:** L'iscrizione si intende perfezionata al momento della ricezione da parte di Comunicazione Farmaceutica s.r.l. della presente scheda debitamente compilata e sottoscritta per accettazione.
2. **RECESSO:** Perfezionata l'iscrizione, è possibile esercitare il diritto di recesso entro 5 (cinque) giorni dall'inoltro della scheda, mediante invio di r.a.r. a Comunicazione Farmaceutica srl, sede amministrativa Piazza IV Novembre, 4 - 20124 Milano (MI) ed anticipata al fax 02.67.165.266: in tal caso Comunicazione Farmaceutica provvederà al rimborso della quota eventualmente versata dal recedente, senza nessun addebito. Qualora la comunicazione di recesso pervenga oltre il limite indicato e fino al giorno prima dell'inizio del master/corso, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. sarà autorizzata a fatturare il 30% (+IVA) dell'intera quota di iscrizione. In caso di mancata presentazione del Partecipante all'inizio del Corso, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. emetterà fattura per l'intero importo e tratterà la quota già versata, fatta salva la possibilità del Partecipante di utilizzare la quota per iscriversi ad un'altra edizione o ad altro corso di pari importo.
3. **CAMBIAMENTI DI PROGRAMMA:** Per esigenze di natura organizzativa e didattica, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. si riserva la facoltà di rinviare i corsi programmati. Ogni variazione sarà tempestivamente segnalata ai Partecipanti, che avranno la possibilità di partecipare all'edizione successiva. In caso di volontà diversa del Partecipante, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. provvederà all'integrale restituzione della quota d'iscrizione eventualmente già versata.
4. **CONDIZIONI RILASCIO DIPLOMA:** Al termine del Corso verrà rilasciato un Diploma di Specialista nell'ambito del Corso frequentato ai partecipanti in regola con la posizione amministrativa.
5. **RESPONSABILITÀ DEI PARTECIPANTI:** I Partecipanti ai Corsi sono personalmente responsabili per i danni eventualmente arrecati alla struttura, alle aule, ai supporti didattici, alle attrezzature e a quant'altro presente nei locali dove si svolgono i corsi. I partecipanti sono inoltre tenuti a rispettare la normativa interna (firma registri, uso dotazioni informatiche ecc.).
6. **PRIVACY:** Il trattamento dei dati personali viene svolto nell'ambito della banca dati di Comunicazione Farmaceutica s.r.l. e nel rispetto di quanto stabilito dal regolamento europeo GDPR 2016/679 sulla tutela dei dati personali. I suoi dati non saranno comunicati o diffusi a terzi e per essi Lei potrà richiedere in qualsiasi momento la cancellazione. Informativa completa su [www.comunicazionefarmaceutica.it/privacy.php](http://www.comunicazionefarmaceutica.it/privacy.php)
7. **CONTROVERSIE:** Per ogni controversia sull'interpretazione, esecuzione e applicazione sarà competente esclusivamente il Foro di Milano (MI) con esclusione di qualsiasi altro Foro.

LUOGO E DATA

FIRMA del partecipante

La scheda di partecipazione va inviata a [formazione@comunicazionefarmaceutica.it](mailto:formazione@comunicazionefarmaceutica.it) o in alternativa al fax 02.67.165.266

Comunicazione Farmaceutica S.r.l. - P.IVA IT08697850967

Piazza IV Novembre, 4 - 20124 Milano MI - tel. 02.826.21.95 - fax: 02.67.165.266

[formazione@comunicazionefarmaceutica.it](mailto:formazione@comunicazionefarmaceutica.it) - [www.comunicazionefarmaceutica.it](http://www.comunicazionefarmaceutica.it)