



## SOCIAL MEDIA STRATEGIES: LA 6<sup>A</sup> EDIZIONE DELL'EVENTO PER I PROFESSIONISTI DEL SOCIAL MEDIA MARKETING APRE LE SUE PORTE A OLTRE 1500 PARTECIPANTI

*L'evento di Search On Media Group, azienda già ideatrice del Web Marketing Festival, riparte nelle sale del Palacongressi di Rimini con un programma ricco di contributi formativi di alto livello, opportunità professionali e dibattiti sull'uso consapevole dei social.*

Aprire oggi i battenti il Social Media Strategies 2018, evento formativo di Search On Media Group dedicato ai professionisti del Social Media Marketing.

Giunto alla sua 6<sup>a</sup> edizione, l'appuntamento si presenta ancora una volta ricco di novità davanti agli occhi di **oltre 1500 partecipanti**: dalla possibilità per **oltre 150 giornalisti** di ricevere crediti formativi al *Social Media Game* che coinvolgerà tutti i presenti, passando per il *Digital Job Placement*, il servizio di recruitment a cura del Web Marketing Festival - partner dell'evento.

Gli **oltre 60 esperti del settore**, che interverranno all'interno delle **10 sale formative**, sono pronti a dare il proprio contributo formativo tra conference, case study e dati di settore: una roadmap che vedrà protagonisti, tra gli altri, le nuove features di **Instagram**, l'impatto di **Facebook Advertising** nelle strategie di business, il ruolo dei social media nella **comunicazione di brand**, fino al profilo e alla figura del Social Media Manager.

Proprio la due giorni dell'evento per i professionisti del social media marketing sarà il palcoscenico sul quale verrà proposto **Questionario sulla professione del Social Media Manager**, realizzato dal Web Marketing Festival in collaborazione proprio con il Social Media Strategies.

*"In Italia sono 34 milioni le persone che hanno accesso ad una piattaforma social, sulla quale trascorrono in media 2 ore della propria giornata. Strumenti come Facebook, Youtube e Instagram rappresentano, oltre che un passatempo, anche strumenti chiave non solo per il proprio lavoro e business, ma anche del processo informativo odierno e in grado di impattare direttamente sulla definizione della realtà. E se si pensa che Fake News e Hate Speech stiano inquinando i social media, disperdendo il loro valore sociale positivo, ciascuno di noi è chiamato in causa, ogni singolo professionista digitale, social media manager, studente, appassionato",* ha commentato **Cosmano Lombardo, Founder&CEO di Search On Media Group**.

*Questa 6<sup>a</sup> edizione dell'evento riparte dal segno lasciato l'anno scorso al Social Media Strategies dalla giornalista Federica Angeli, sul **valore educativo e costruttivo dei social media**, le nuove 'piazze digitali' dove possiamo imparare, confrontarci, condividere: ci aspettano due giorni per 'ri-connetterci' a questa preziosa, fondamentale e forse dimenticata **dimensione sociale dei social**",* ha concluso Lombardo.

### **Tra formazione, iniziative e Hate Speech**

Due giornate che apriranno le porte alle **novità**, ai **trend** e alle **opportunità** offerte dal



mondo del social media marketing. Come?

Oltre alla formazione, ai presenti l'opportunità di incontrare direttamente player e realtà del settore all'interno dell'**Area Espositiva**: preziosi momenti di networking che potranno trovare concreta forma anche in occasione dello **Speed Meeting** e del **Digital Job Placement**, iniziative organizzate dal Web Marketing Festival all'interno dell'evento.

Nello specifico, il servizio di recruitment per le professioni digitali torna per il secondo anno consecutivo e quest'anno è pronto ad accogliere professionisti in cerca di lavoro e aziende con posizioni lavorative aperte in ambito web marketing.

### **Sala Plenaria, Ospiti e Protagonisti**

Sarà, anche quest'anno, la Sala Plenaria della due giorni a fare da teatro a importanti momenti formativi, ma soprattutto di riflessione a più ampio respiro.

A Cosmano Lombardo e Giorgio Taverniti, tra i fondatori di Search On Media Group, il compito di aprire la sesta edizione dell'evento con una riflessione sull'**utilizzo responsabile dei social network** e sull'impatto che questi canali hanno avuto e avranno. Cosmano Lombardo, inoltre, presenterà il "**Questionario sulla professione del Social Media Manager**", proseguendo un percorso avviato lo scorso anno attraverso un'indagine volta a tracciare il "punto zero" di questa figura professionale.

A **Paolo Iabichino** - *Ogilvy Italia* - il compito di accendere i riflettori sul potenziale sociale e sul ruolo di "oggetto sociale" che progetti di comunicazione possono rivestire: un piccolo, grande contributo che gli operatori del settore possono dare per un mondo migliore.

**Andrea Lamperti** - *Osservatori Digital Innovation* -, invece, eseguirà una diagnosi aggiornata sullo stato di salute del settore affrontando le "Dinamiche e dati del mercato del mondo dei social network", mentre **Marco Quadrella** - *Search On Media Group* - porterà i partecipanti dentro il nuovo e ambizioso scenario di Facebook Attribution e delle nuove metriche di monitoraggio.

123RF, Conserve della Nonna, FlixBus, Fungo Marketing, Hoeppli, Host.it, Live Help, Mimesi, Promo Inside, Stravideo, Webbook, Web Marketing Festival sono tra gli sponsor che hanno contribuito a realizzare questa sesta edizione.

### **Contatti ufficio stampa:**

> [press@social-media-strategies.it](mailto:press@social-media-strategies.it)

> 0510951294

*Search On Media Group*

*Search On Media Group è un gruppo aziendale nato nel 2007 che si occupa sia di consulenza strategica e operativa, sia di formazione grazie a eventi di rilievo nazionale e internazionale sul digitale. Tra questi, in particolare, spicca il Web Marketing Festival, l'evento italiano più completo sull'innovazione digitale. Attualmente sono oltre 230.000 le persone formate, online e offline, sul Digital Marketing. Il Gruppo, guidato dal CEO Cosmano Lombardo, si articola in 3 business unit: Consulting, Education e Network. La mission, dopo una crescente e rapida evoluzione della società, è rimasta invariata: creare un sistema di valore tra i diversi soggetti che operano nel mercato italiano ed estero, per sfruttare le opportunità nate con il digitale. Oggi Search On conta tra i suoi partner importanti realtà, italiane e internazionali, appartenenti a vari settori: dal mondo non profit a quello istituzionale, fino a multinazionali e grandi gruppi editoriali.*

