



## SOCIAL MEDIA STRATEGIES: OLTRE 1.600 PARTECIPANTI AL PIÙ GRANDE EVENTO FORMATIVO ITALIANO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

*L'evento, giunto alla 7ª edizione e realizzato da Search On Education, ha offerto due giornate dedicate alla formazione delle imprese e dei professionisti dei social network e del web marketing. Sul palco della Sala Plenaria, spazio a confronti sull'utilizzo responsabile dei social media, agli interventi degli autori di Lercio.it e del comico Paolo Migone.*

Si è chiusa al Palacongressi di Rimini con **oltre 1.600 partecipanti** la 7ª edizione del [Social Media Strategies](#), il **più grande evento formativo italiano** dedicato ai social network e al web marketing – organizzato da **Search On Education** - business unit di Search On Media Group.

Durante la due giorni social media manager, marketers, blogger, freelance e rappresentanti di aziende hanno tracciato il proprio percorso formativo all'interno delle 4 sale tematiche in programma - **Advertising, Analisi, Brand Strategy e Creatività** - e al contributo di **più di 60 speaker** esperti del settore.

Il format e il programma di questa 7ª edizione sono stati costruiti appositamente per concentrare l'evento sulla **formazione di imprese e professionisti sulle strategie di marketing e dei social media**.

Un'**esperienza formativa trasversale** e fortemente orientata ai **temi**, agli **strumenti** e alle **piattaforme** che compongono il mondo dei Social Media e del marketing digitale, con cui tutte le imprese hanno necessità di interfacciarsi.

L'attenzione è stata posta sulle strategie di promozione degli **e-commerce**, su **personal branding, social advertising, video e audio marketing, influencer marketing** e sulle più importanti novità relative ai principali social: da **Facebook** a **Instagram** passando per **Linkedin, Youtube, Twitter** e **Tik Tok**.

Ampio spazio anche a **workshop** operativi e a **case study** riguardanti grandi aziende come **GODaddy, Mini** e **BMW, Tuttoscuola, Giro d'Italia, Enel Energia, Fatture in Cloud** e **Cotral S.p.a.**

Non sono mancate inoltre occasioni di business grazie **all'Area Espositiva** con gli stand di aziende del mondo digital come Hoepli, Dario Flaccovio Editore, PostPickr, Host.it, Green Click Media, Ergonet, Polimeni.Legal, Stickermule.

### I TEMI E GLI INTERVENTI DELLA SALA PLENARIA

La Sala Plenaria ha ospitato un percorso completo sulle strategie di marketing digitale: **Marco Quadrella** (COO Area Consulting di Search On Media Group) ha parlato dell'importanza del **measurement plan**, **Paolo Iabichino** ha posto l'attenzione sulla **creatività** e le logiche di responsabilità delle imprese, mentre Augusto Rasori e Andrea Sesta (i fondatori di **Lercio.it**) hanno trattato il tema della **satira** legata al content. **Giorgio Taverniti** (Community Manager Search On Media Group) ha poi parlato del **futuro dei social network**, **Giorgio Soffiato** (Marketing Arena Spa) ha posto

l'attenzione sulle strategie di content marketing e **Gabriele Benedetti** (Web Marketing Expert in Search On Media Group), ha curato una panoramica dettagliata riguardante l'**advertising mix**. Sul palco principale anche lo sketch di **Paolo Migone**, che in chiave ironica ha parlato dell'impatto della tecnologia e dei social nelle relazioni tra le persone.

All'interno del programma dell'evento, inoltre, spazio al tema dell'**utilizzo responsabile dei social network** grazie a interventi e confronti sull'impatto che questi canali hanno sulla quotidianità delle persone, nel bene e nel male: *"Internet e i social network indubbiamente offrono molte occasioni positive, ma qual è il "fallimento dei social"? Violenza e terrorismo. Ma se c'è violenza, non possiamo credere sia un problema di internet; siamo noi a dover offrire risposte, più che reazioni"* spiega **Giorgio Taverniti**, Community Manager di Search On Media Group.

*"Non possiamo delegare la risoluzione dei problemi all'intelligenza artificiale. Dobbiamo prenderci le nostre responsabilità, sia come parte del sistema, sia come essere umani"* ha aggiunto **Cosmano Lombardo** - CEO e Founder di Search On Media Group - riferendosi al nesso tra tecnologia e responsabilità sociale.

*"L'intelligenza artificiale e la robotica possono arrivare a modificare aspetti quale la genetica e la linea valoriale dell'essere umano: mai in passato ciò è accaduto. Neanche invenzioni rivoluzionarie come Internet, la ruota, il fuoco sono arrivate a tanto. Di conseguenza, oggi più che mai, è fondamentale utilizzare internet, i social e le nuove tecnologie in modo responsabile per direzionare gli sviluppi di questa rivoluzione in atto in modo sempre più utile per la costruzione del futuro".*

*"Questa due giorni rientra all'interno del percorso di diffusione della conoscenza del digitale avviato in Italia anni fa e che oggi permette di riunire aziende, esperti ed appassionati del mondo digital. Ad oggi abbiamo contribuito alla formazione di oltre 350.000 tra aziende e professionisti; continueremo a promuovere la cultura e la conoscenza del digitale in maniera diffusa per sostenere una crescita virtuosa e sostenibile del 'Sistema Paese'"* ha dichiarato **Cosmano Lombardo** dal palco della Sala Plenaria.

#### **Contatti:**

> [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 2008 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 350.000 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.*

