

La SocialMediAbility delle Aziende Italiane: appuntamento il 28 Gennaio all'Università IULM di Milano.

Annunciata la data di presentazione dei risultati della quarta edizione dell'Osservatorio IULM sull'uso dei social media da parte delle aziende italiane. Molte le novità di quest'anno, tra cui: l'introduzione nel panel del segmento B2B, l'indice di SocialMediAbility aggiornato e potenziato, un focus sul Content Marketing e un pomeriggio di workshop sui temi più caldi e attuali del digital marketing.

Milano, 17/12/2015 – Torna per il quarto anno l'appuntamento con la presentazione dei risultati della ricerca-osservatorio "La SocialMediAbility delle Aziende Italiane" che da ormai 5 anni studia il modo attraverso cui le aziende del nostro paese utilizzano i social media per attività di marketing e comunicazione. L'evento avrà luogo il 28 Gennaio 2016, dalle 10.00 in poi, presso l'Aula Seminari dell'Università IULM di Milano (via Carlo Bo, 1 – MM2 Romolo).

Anche durante il 2015, l'**Osservatorio IULM**, realizzato dall'**Executive Master in Social Media Marketing & Digital Communication** (di cui sono [aperte le iscrizioni](#) per la VIII edizione) ha proseguito il monitoraggio del panel di 720 aziende italiane appartenenti ai 5 settori di attività presi in esame sin dalla prima edizione: Alimentare, Bancario, Arredamento, Hospitality, Moda & Design. Ad essi è stato aggiunto, novità di quest'anno, un campione di 120 aziende che pur operando in settori diversi (manifattura, legno, gomma e plastica, metallurgia), sono accomunate da un modello di business di tipo B2B.

Caratteristica unica dell'osservatorio è quella di prendere in considerazione, per ogni settore analizzato, un campione casuale di aziende articolato per dimensioni (40 grandi, 40 medie e 40 piccole) in grado di rappresentare effettivamente "lo stato dell'arte" del sistema senza limitarsi a raccontare, come quasi sempre avviene, le ottime performance delle (solite) grandi aziende.

Tra le novità di quest'anno vi è anche il potenziamento dell'indicatore di SocialMediAbility - la metrica standardizzata messa a punto dal gruppo di lavoro del Master coordinato dal Prof. Guido Di Fraia per valutare la qualità delle pratiche d'uso dei social media da parte delle aziende - che si arricchisce di due nuove dimensioni di analisi relative a "la capacità di engagement" e alle attività di "customer care" effettuate dalle aziende attraverso i social. I dati presentati offriranno a marketer, ai dirigenti aziendali e agli operatori presenti gli scenari di riferimento relativi ai diversi settori di attività analizzati e un modello di analisi replicabile sulla cui base parametrare le performance della propria azienda. La presentazione della ricerca sarà seguita da un dibattito di commento dei risultati di ricerca sul tema del Content Marketing in ambito B2C e B2B a cui parteciperanno esponenti di Facebook e LinkedIn e alcuni professionisti del settore.

Alla conclusione della mattinata verrà consegnato un premio di studio offerto da BNL ai migliori progetti presentati dagli studenti diplomati che costituiscono le nuove risorse professionali formate con il Master IULM in Social Media Marketing & Digital Communication. Le aziende presenti potranno quindi incontrare le eccellenze formate da questo percorso di alto livello.

L'evento proseguirà nel pomeriggio con tre workshop formativi di approfondimento su alcuni dei temi più caldi del digital marketing.

La partecipazione all'evento e ai workshop è gratuita, [previa iscrizione](#).

La IV edizione della ricerca sulla SocialMediAbility delle Aziende Italiane è stata realizzata anche attraverso l'utilizzo della piattaforma di monitoraggio e analytics dei social media di Blogmeter, partner del Master.

Hashtag dell'evento: #sma16
www.mastersocialmediamarketing.it
www.osservatoriosocialmedia.com



Per informazioni:

Osservatorio IULM sui Social Media
Tel. 02.891412676
master.socialmedia@iulm.it