



Social Media **STRATEGIES**

Social Media Strategies: in più di 1200 a Rimini per scrivere il futuro del Social Media Marketing

Nella 5^a edizione dell'evento per i professionisti dei social media, un programma ricco di interventi tecnici sui social network e tool analitici, ma anche di confronti e dibattiti sulla professione del Social Media Manager. Emozioni in sala plenaria per la giornalista Federica Angeli, che ha parlato del ruolo dei social network nell'ambito della legalità.

Si è chiusa a Rimini con **oltre 1200 partecipanti** la quinta edizione del [Social Media Strategies](#), evento formativo di Search On Media Group **dedicato ai professionisti del Social Media Marketing**. Tra sessioni formative e riflessioni sui temi di attualità relativi al mondo dei social network, sono state molte le novità emerse nella due giorni, arricchite dalla presenza di importanti e autorevoli esponenti del settore digitale e giornalistico. Dai dati sullo stato di salute del mercato Social Advertising a speech sulle principali tendenze e strategie comunicative social affrontate nelle 10 sale tematiche, passando per il dibattito sulla **professione del Social Media Manager** fino all'intervento di Federica Angeli nella Sala Plenaria del Palacongressi di Rimini.

Proprio **Federica Angeli**, giornalista di Repubblica sotto scorta per le proprie inchieste sui clan mafiosi e già ospite dello scorso Web Marketing Festival, **ha commentato l'aggressione subita nelle ultime ore dal giornalista Daniele Piervincenzi** in occasione del servizio della trasmissione "Nemo - Nessuno Escluso" a Ostia. Durante il suo intervento, incentrato sul ruolo dei social network nell'ambito della legalità, la Angeli ha affermato: "*Cosmano ha parlato di **scorta mediatica**, un tema importante, anche alla luce di quanto accaduto nelle ultime ore. Dopo la diffusione di quelle immagini di violenza e sfrontatezza, Roberto Spada - l'aggressore di Piervincenzi (n.d.r) - è dovuto correre ai ripari perché il web ha alzato la testa e ha commentato i gesti dell'aggressore sul suo profilo Facebook. I social sono diventati una piazza dove i violenti mostrano i muscoli, è vero: ma è anche vero che, oltre a loro, ci siamo anche noi*".

Dopo le parole di Federica Angeli, **Cosmano Lombardo, Founder e CEO Search On Media Group**, ha affermato: "*Il fatto che oggi Federica sia qui con noi è un gesto più forte dell'aggressione che abbiamo visto nel video: **i social network hanno un grande valore educativo nel diffondere una cultura del dovere**. È uno step fondamentale per il nostro periodo storico, anche alla luce dell'arresto - è notizia delle ultimissime ore - di Roberto Spada. Un fatto, quest'ultimo, che aggiunge ulteriore valore al post pubblicato da Federica: ' Voi dite che vincono sempre loro? Io dico di no ''*".

A scattare una fotografia attraverso report e dati aggiornati sul mondo social è stato **Andrea Lamperti, direttore di Osservatori Internet e Media**: "***Il 91% della popolazione internet italiana nella sua giornata tipo utilizza almeno un social network***". Una persona su due, tra coloro che si informano sui social, non si ferma al titolo ma prosegue sul sito dell'editore per approfondire", ha

proseguito Lamperti, focalizzando poi l'attenzione sul lato advertising e sulla tipologia di contenuti più fruiti su Facebook: i video user generated content. Sempre di Facebook, con un focus sullo strumento Facebook Analytics, ha parlato anche **Marco Quadrella**, COO Area Consulenza Search On Media Group.

I NUMERI DELLA DUE GIORNI

La formazione professionale di alta qualità è stata la bussola che ha guidato gli **oltre 1200 partecipanti** all'interno delle **10 sale tematiche**, tra **social media manager, blogger e giornalisti, freelance e startupper**. Sono stati **60 i professionisti ed esperti** di spicco del settore che hanno dato il loro contributo formativo, **100 i giornalisti** che hanno scelto il Social Media Strategies per la propria formazione professionale e **50 i key player** del settore presenti **tra stand, sponsor e partner**. Il format, concreto e rinnovato, si è rivelato ancora una volta vincente grazie alle conference e ai case study su tutti i temi al centro della due giorni: **Content e Strategy, Social Advertising, Tool e Analitica**. E ancora: **Chatbot, Video e Visual, Messaggistica** e tutti i principali social network fondamentali per i vari settori professionali, tra cui **Instagram, YouTube e LinkedIn**. Ampio spazio anche al mondo del lavoro, grazie all'iniziativa **Digital Job Placement** che ha permesso ad aziende e candidati in cerca di occupazione di incontrarsi e sostenere colloqui.

*“Il mercato del lavoro digitale è in continuo e profondo fermento così come, nello specifico, la **professione del Social Media Manager**, una figura che sta seguendo le evoluzioni del settore. E la crescita di questo evento lo testimonia. Dalla due giorni e dal dibattito sulla Professione del SMM in sala Plenaria è emersa chiaramente la necessità di saper integrare questa figura professionale all'interno dei processi organizzativi e di business delle varie realtà operative sul fronte digitale - ha commentato il Founder e CEO di Search On Media Group **Cosmano Lombardo**. Non bisogna, però, dimenticare che i social network hanno anche un impatto concreto sulla comunità a livello sociale, e non solo di business. Troppo spesso, infatti, il rischio è quello di dimenticare il valore positivo che i social possono generare e proprio per questo è necessario farne un **uso più che mai responsabile**”,* ha concluso Lombardo.

Contatti ufficio stampa:

> 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 sul digitale. Attualmente sono oltre 200.000 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.