

USO STRATEGICO DEL DIGITAL MARKETING E DEI SOCIAL NETWORK IN FARMACIA

Canali di comunicazione integrata per la salute, l'aderenza terapeutica e la fidelizzazione del cliente

ID: 5850 - 376120 4.5 crediti ECM	
Data inizio	17/04/2023
Data fine	31/12/2023
Obiettivo Nazionale n. 17	Argomenti di carattere generale: sanità digitale, informatica di livello avanzato e lingua inglese scientifica. normativa in materia sanitaria: i principi etici e civili del SSN e normativa su materie oggetto delle singole professioni sanitarie, con acquisizione di nozioni di sistema.
Destinatari	Farmacista territoriale; Farmacista pubblico del SSN; Farmacista altro settore
Tipologia	FAD con tutoraggio
Struttura	Videolezioni
Durata	3 ore di formazione
Test di apprendimento	A risposta quadrupla e a doppia randomizzazione
Certificato ECM	Si scarica e/o si stampa dopo aver: – concluso il percorso formativo; – superato i test di apprendimento previsti considerati validi se almeno il 75% delle risposte risulta corretto. Ogni test si può sostenere al massimo 5 volte, come previsto dalla normativa Agenas ECM vigente; – compilato il questionario della qualità percepita (obbligatorio)

OBIETTIVI FORMATIVI

- Fornire competenze operative per l'analisi e la scelta strategica dei diversi social network.
- Sapere individuare e definire un piano editoriale social.
- Avere strumenti per la valutazione dell'efficacia della presenza digitale e delle iniziative social.
- Strutturare una comunicazione finalizzata alla salute, al benessere e alla fidelizzazione del cliente.

VANTAGGI

- Capire gli scenari le novità e le possibilità del mondo social per la farmacia.
- Vedere in modo pratico e immediato le applicazioni del marketing integrato per la propria attività quotidiana.
- Avere strumenti concreti per la valutazione delle attività in-store e out of the store.

Accademia Tecniche Nuove Srl

Via Eritrea 21, 20157 Milano

Tel: (+39) 0239090440

E-mail: info@accademiain.it - www.accademiain.it

Capitale Sociale: € 50.000 i.v. R.E.A. di Milano n. 2059253

C.F. / P.IVA n. 08955100964

Provider ECM ID: 5850

con accreditamento standard

Ente di Formazione accreditato presso la Regione Lombardia

ID operatore: 2444108,

N. iscrizione 1122/2018, Sez. B

PROGRAMMA

Responsabile scientifico, Docente, Tutor	
Dott.ssa Emanuela Belloni	
Laurea	Laurea Quinquennale in Economia Aziendale
Specializzazione	Master in R.P.E.- Marketing e Comunicazione
Affiliazione	Libero professionista
Città	Roma

MODULO 1

- Il processo decisionale del cliente
- Il marketing: elementi di base e leve strategiche. Come utilizzarle in farmacia?
- Il marketing plan strategico: strumenti in&out
- Il digital marketing:
- Digital advertising – esempi pratici per la farmacia
- SEO – esempi pratici per la farmacia
- Web partnership – esempi pratici per la farmacia
- Mailing e WhatsApp list: come utilizzarle
- WhatsApp e WhatsApp Business: opportunità e strumenti operativi

MODULO 2

- La programmazione editoriale: come definire il planning e le uscite «real time»
- Pianificazione, timing e contenuti: diffusione organica e post sponsorizzati su FB e IG
- I tool di Instagram e TikTok per la creazione di contenuti: esempi di successo nel settore farma e salute
- Risultati, ingaggi e ritorno: esempi pratici e replicabili di integrazioni di strategie in&out in farmacia
- Assegnazione project work per gruppi di lavoro

Riferimenti bibliografici

Autore/i	Titolo	Fonte	Anno
Allan Dib	Il marketing plan vincente.	Hoepli	2017
Philip Kotler	Social media marketing. Marketer dal phygital al metaverso.	Hoepli	2022
We are Social - Hootsuite	Digital Report 2022	wearesocial.com	2022

Accademia Tecniche Nuove Srl

Via Eritrea 21, 20157 Milano

Tel: (+39) 0239090440

E-mail: info@accademiati.it - www.accademiati.it

Capitale Sociale: € 50.000 i.v. R.E.A. di Milano n. 2059253

C.F. / P.IVA n. 08955100964

Provider ECM ID: 5850

con accreditamento standard

Ente di Formazione accreditato
presso la Regione Lombardia

ID operatore: 2444108,

N. iscrizione 1122/2018, Sez. B