|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ITCG CERBONI** | | **PROCEDURA 004** | | **IF\_P\_004** | | |
|  | | |
| **PROCEDURA PER LA PUBBLICIZZAZIONE DEI CORSI** | | | | Rev. 00  Data: 05/12/2023 | | Pag. 1/2 |
| REVISIONE | DATA | PREPARATA | CONTROLLATA | APPROVATA | | |
|  |  |  |  |  | | |
| **PROCESS OWNER** | | **SCOPO** | | **FIELD OF APPLICATION**  *CAMPO DI APPLICAZIONE* | **STANDARD** | |
| R.Q. Arch. Valentina Tecce | |  | |  | ISO 9001:15 | |

**Matrice delle revisioni**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| DATA DI PRIMA EMISSIONE | | VISTO PRIMA EMISSIONE  (R.Q.) | | APPROVAZIONE DIREZIONE | | |
| 05.12.2023 | |  | |  | | |
| Prof.ssa Valentina Tecce | | Dirigente Scolastica Prof.ssa Alessandra Rando | | |
| INDICE DI REVISIONE | DATA DI revisione | VISTO PER EMISSIONE (Rappr. della Direzione) | SEGNALAZIONE TIPO MODIFICA | | DATA DECORRENZA MODIFICA | APPROVAZIONE DIREZIONE |
| **1** |  |  |  | |  |  |
| **2** |  |  |  | |  |  |
| **3** |  |  |  | |  |  |
| **4** |  |  |  | |  |  |

1. **Definizione degli Obiettivi**:

Determinare gli obiettivi del corso e il pubblico di riferimento. Questo aiuterà a creare un messaggio mirato.

1. **Sviluppo del Contenuto:**

Preparare il materiale del corso in modo accattivante e informativo. Assicurandosi che risponda alle esigenze degli utenti.

1. **Creazione di Materiale Promozionale**:

Progettare materiali visivi accattivanti, come volantini, poster o banner digitali, che evidenzino i benefici del corso.

1. **Sito Web o Piattaforma:**

Pubblicizzare sulla pagina web Istituzionale, nella sezione dedicata all’agenzia formativa, Includere dettagli sul corso, docenti, costo e modalità di registrazione.

1. **Utilizzo dei Social Media:**

Sfruttare i social media per raggiungere un vasto pubblico. Pubblicare regolarmente su piattaforme come Facebook, Instagram, LinkedIn con informazioni sul corso e testimonianze, se disponibili, scrivere un articolo sulle testate giornalistiche locali.

1. **Email Marketing:**

Inviare email informative e coinvolgenti agli iscritti o a una lista di contatti interessati al tema del corso.

1. **Collaborazioni e Partnerships:**

Cercare collaborazioni con influencer, organizzazioni o aziende del settore per ampliare la visibilità.

1. **Promozioni e Sconti:**

Offrire promozioni speciali o sconti per chi si iscrive entro una data specifica. Questo può incentivare le persone a prendere una decisione più velocemente.

1. **Eventi di Lancio:**

Organizzare eventi di lancio o webinar gratuiti per presentare il corso, rispondere alle domande degli interessati e generare entusiasmo.

1. **Feedback e Recensioni:**

Chiedere ai partecipanti di fornire feedback e recensioni. Le testimonianze positive possono essere utilizzate per futuri corsi.

1. **Monitoraggio delle Prestazioni**:

Utilizzare strumenti analitici per monitorare le prestazioni della campagna di pubblicità e apporta eventuali modifiche per migliorare i risultati.

1. **Seguito Post-Corso:**

Dopo la conclusione del corso, continuare a coinvolgere gli studenti con materiali aggiuntivi, risorse o inviti a eventi futuri.