

# Master in promozione e digital marketing per il cinema e le serie TV

**BOLOGNA**  
*nei weekend  
di febbraio, marzo  
e maggio 2019*



**PROGRAMMA**

# **Wepromo Academy nasce con l'obiettivo di condividere la nostra risorsa più preziosa: l'esperienza maturata in anni di lavoro sul campo accanto alle aziende con cui abbiamo collaborato con successo.**

Con l'aiuto di **importanti professionisti del marketing** ed esperti docenti del mondo digital forniremo i principali tools che oggi le **industrie creative** richiedono, offrendo percorsi formativi accessibili e aggiornati, che favoriscano l'ingresso nel mercato del lavoro.

Conoscere **gli strumenti del marketing digitale** oggi è la chiave per comprendere ed affrontare con sicurezza le sfide lanciate dal **business dell'entertainment**.



# 1 / Obiettivi dei corsi

WEPROMO Academy è un percorso di formazione **pratico e specializzato** nel campo del marketing e della comunicazione **dell'entertainment**. Un'esperienza di formazione unica per entrare a diretto contatto con i migliori professionisti del settore, per trasformare una **passione** in una **professione** e per affrontare con sicurezza i primi passi di una carriera nel marketing.

## / COSA IMPARERAI

- Come impostare una **strategia di lancio multicanale** di un contenuto cinematografico e televisivo
- Chi sono i **principali player** della distribuzione cinematografica in Italia
- Come funziona il marketing della **sala cinematografica** e come raggiunge il suo pubblico
- Quali sono le aziende, i **ruoli professionali** coinvolti nel lancio del film e le figure richieste oggi dall'industria cinematografica
- Cosa significa **content marketing**, elaborare contenuti visivi e multimediali
- Come utilizzare le piattaforme e gli strumenti Business di **Facebook** e **Google** per impostare una campagna **ADV** con due workshop pratici
- Come funzionano le **digital PR** e ci si relaziona con i giornalisti di settore
- Come dialoga il cinema con i brand: product placement e **co-marketing**
- Come funzionano **le media-partnership**
- Come scrivere un **comunicato** ed organizzare una **conferenza stampa**
- Come lavorano gli **influencer** dell'intrattenimento



## 2 / Perché noi

Perché Wepromo è un'agenzia di promozione che conosce bene la domanda di mercato e lavora su grandi **franchise**. Il nostro approccio molto concreto ci consente di proporre validi **strumenti di lavoro** efficaci applicati specificamente al business dell'entertainment. Le lezioni sono tenute da esperti formatori e protagonisti di primo piano della distribuzione e della comunicazione cinematografica e del mondo televisivo. Il nostro obiettivo è **condividere l'esperienza** di chi lavora quotidianamente nel marketing e nella comunicazione in un settore peculiare come quello del **cinema e delle serie tv**.

Per avere una panoramica completa dei nostri lavori visita il seguente link: [www.wepromo.it](http://www.wepromo.it)



IL GRINCH - FLIXBUS



MIA E IL LEONE BIANCO - GeoTravel



BUMBLEBEE - BEEBAD



AVENGERS INFINITY WAR - UCI CINEMAS

## 3 / Metodologia didattica e Workshop

Uno degli obiettivi principali di **Wepromo Academy** è offrire una panoramica aggiornata sullo stato dell'arte del marketing dell'entertainment in Italia e mettere gli studenti in contatto diretto con le professioni del settore, per questo i nostri docenti sono in primo luogo professionisti.

Il settore del marketing, in special modo quello legato al cinema e alla promozione dei contenuti, è in rapida e costante evoluzione. Molti sognano di fare della propria passione il lavoro della vita ma per rendere concreta questa aspirazione in un settore complesso e caratterizzato da altissima competitività a volte non basta la sola motivazione. E' essenziale avere i giusti strumenti per orientarsi tra le diverse opportunità, padroneggiare il lessico e le terminologie correnti, conoscere strategie e modalità di lavoro dei migliori professionisti ma soprattutto confrontarsi di persona con i protagonisti del settore. Le testimonianze dirette e la condivisione delle loro esperienze si affiancheranno a workshop pratici e a lezioni introduttive per conoscere diversi approcci al marketing dei contenuti, i metodi di lavoro più efficaci e le pratiche più evolute del panorama italiano e internazionale.

## 4 / Destinatari

**Wepromo Academy** si rivolge a tutti coloro che vogliono approfondire le proprie conoscenze e intraprendere una carriera professionale nel business dell'entertainment. Il Master si rivolge a laureandi e laureati, prevalentemente nelle discipline umanistiche ed economiche, che intendono operare nel campo della comunicazione multimediale e della promozione del prodotto audiovisivo, nel mondo del marketing dei contenuti e dell'entertainment, in tutte le sue forme espressive. Il percorso didattico è stato pensato non solo per chi è in cerca di una prima esperienza lavorativa, ma grazie alla formula weekend, anche per quanti lavorano già nella comunicazione e cercano di cambiare settore.

## 5 / Opportunità di lavoro e sbocchi professionali

- / Distribuzioni
- / Agenzie di promozione e di comunicazione
- / Esercizio cinematografico
- / Publishing
- / Digital Agency
- / Canali tv satellitari
- / Licensing
- / Agenzie di organizzazione eventi
- / Uffici Stampa e Uffici Stampa 2.0
- / Piattaforme digitali di distribuzione dei contenuti
- / Festival e grandi eventi

## 6 / Il programma

- / La distribuzione cinematografica
- / La promozione di contenuti da parte degli esercenti
- / Il Licensing
- / I Comarketing e Product Placement
- / Business Manager di Facebook
- / Display Advertising di Google
- / Google Analytics
- / Publishing cinematografico
- / Il ruolo degli influencer nella promozione cinematografica
- / Mobile Advertising
- / Strategie e Content Marketing per il Cinema e le Serie TV
- / Digital PR - Influencer Marketing
- / Ufficio Stampa e distribuzione cinematografica
- / Publisher, blogger e giornalisti
- / Workshop come scrivere un comunicato stampa
- / Case History Content Marketing e promozioni

# 7/ Moduli

## MODULO I

**9/10**

Febbraio 2019

La distribuzione cinematografica e la promozione digital per la sala



## MODULO II

**16/17**

Febbraio 2019

Facebook Marketing, posizionamento del film e meccaniche promozionali



## MODULO III

**2/3**

Marzo 2019

Digital advertising multicanale e il mondo Google Ads



## MODULO IV

**9/10**

Marzo 2019

Le Best Practice dei grandi distributori e le Media Promotion



## MODULO V

**11/12**

Maggio 2019

Content curation ed Influencer marketing: come impostare una strategia vincente



## MODULO VI

**18/19**

Maggio 2019

Il ruolo dell'Ufficio Stampa e delle Digital PR nel lancio di contenuti



## 8 / I docenti

### Mauro Voltan

#### Responsabile of Digital Marketing and film promotion // UCI Cinemas

- Il mondo digital di un esercente: i canali di comunicazione interni ed esterni e il loro utilizzo.
- Dalla nascita ai titoli di coda di un progetto digitale per la promozione di un film.
- La Marketing Automation: cos'è, come si applica e come si misura.
- Drive to Store, dall'online all'offline! Come si misura l'impatto di una campagna digitale nel punto vendita.
- I metodi di digital advertising più importanti per promuovere un progetto, un brand o un prodotto.
- I KPI fondamentali per valutare una campagna digitale in base al canale di comunicazione e all'obiettivo.
- La mobile digital advertising: strumenti e metodi.

**Interviene nel: MODULO I / MODULO II**

### Marco Monsurrò

#### CEO & Cinema Expert // Wepromo

- La distribuzione cinematografica in Italia: una rapida overview.
- I principali player del mercato: le major, le minimajor, gli indipendenti.
- Cos'è un P&A e a cosa serve.
- Sviluppare un comarketing: dal pitching al key concept.
- Le linee guida da seguire quando si lavora alle creatività.
- Case studies retail: Euronics, un format di successo.
- Case studies on-pack: Eurovo e i *Minions*.
- Case studies exhibitors: UCI Cinemas e le attività promozionali di presales film-based.
- Case studies content: *Mamma Mia - Ci risiamo*.
- Case studies content: *The Greatest Showman*.

**Interviene nel: MODULO I / MODULO IV**

### Luca Barbi

#### Co Founder // Coinè

- Facebook Ads: cos'è, come funziona, la struttura delle campagne e il PIXEL.
- Gli obiettivi delle campagne, il pubblico target, i posizionamenti.
- Inserzioni: pubblicazione e analisi risultati.
- Business Manager: cosa è, quando usarlo e quando lasciarlo ad altri.
- I problemi comuni dopo il passaggio a Business Manager.
- La gestione del team e delle risorse.
- Lavorare con altri Business Manager: la gestione dei partner.
- Funzionalità avanzate: gruppi, liste e sicurezza.

**Interviene nel: MODULO II**

## Sara Pucci

### Marketing Director // Wepromo

- Cos'è un media, cosa sono le media partnership e come si costruiscono.
- Cos'è un barter o cambio merce.
- La negoziazione con i media partner e i partner premi.
- Come si attivano le antepremi per il pubblico.
- Come si costruisce un montepremi di un concorso.
- Case History *Blumbeebie* e *BeeBad*, *Avengers Infinity War* e *Il Grinch* con Flixbus.

Interviene nel: **MODULO IV**

## Emanuele Tamponi

### Consulente AdWords e SEO // Google Partner // Certificato AdWords e Google Analytics

- Come sviluppare campagne di Search Marketing e Advertising con Google all'interno di una strategia di marketing senza disperdere valore.
- Spazi e contenitori per micro-conversazioni: dalla rete di ricerca a Youtube, passando per la Rete Display.
- Come gestire pertinenza e rilevanza per campagne efficaci ed efficienti.
- Desideri latenti e ricerche consapevoli: profilazione per interessi e intenti.
- Il Remarketing e il concetto di familiarità: segmentare il pubblico in base alle azioni e alle micro-conversioni.
- Customer Journey e web analytics: fare ipotesi, misurare, costruire e misurare di nuovo.

Interviene nel: **MODULO III**

## Paola Trabaldo

### Promotions Manager // 20th Century Fox

- La gestione delle comarketing nell'Entertainment. Principali analogie e differenze fra le comktg Theatrical – Home Entertainment – Digitale e il Licensing.
- Integrazione delle comarketing nel piano di lancio del prodotto.
- Come proporre una comarketing: dal pitching alla gestione delle partnership continuative ai product placement.
- Le comarketing dei film di animazione.
- Analisi di una case history di animazione: Franchise *Era Glaciale*.

Interviene nel: **MODULO IV**

## Riccardo Cipriani

### Digital marketing manager // The Walt Disney Company

- Definizione del processo di comunicazione con i diversi target.
- Funnel di attivazione del consumatore: Awareness – Consideration – Conversion.
- Definizione del piano media.
- Il social network – Facebook & Instagram – nella comunicazione di un film.
- Il ruolo degli influencer all'interno della strategia di marketing.
- Convertire l'awareness in conversion online.

Interviene nel: **MODULO IV**

## Domenico Ravaioli

### Promotion Manager // Sony Pictures Entertainment

- Defining 3rd Party Promotions.
- Marketing Partnership at Sony Pictures.
- Promotions Strategy.
- Pitch Materials.
- Meetings and Negotiation.
- Types of promotions.
- Case studies : *Spider-Man Homecoming* TIM/AUDI.

**Interviene nel: MODULO IV**

## Cecilia Pedroni

### Digital Communication Consultant & Digital Strategist

- Panoramica dei principali social media (FB, IG, YT, IN, Chat – principali funzionalità e formati, applicati delle strategie di comunicazione e marketing).
- Il ciclo del digital marketing (Analisi, Azione, Reazione, Interazione, Misurazione).
- Workshop – Digital Brand Identity ovvero come costruire l'identità di un progetto o un marchio nell'era digitale.
- Content Strategy e Content Curation (La strategia e la costruzione di un contenuto, la strategia editoriale e i piani editoriali, balance e community management).
- Visual & Transmedia Storytelling (Narrazione digitale cross e transmediale: come costruire un racconto efficace e duraturo attraverso la sinergia di contenuti visivi, editoriali e social).
- ADV e Social Media (Formati, contenuti, budget e pianificazione nel media mix digitale).
- Workshop – Costruzione di una strategia di lancio basata su un brief reale.

**Interviene nel: MODULO V**

## Davide Dellacasa

### Intervento Content Marketing e Digital PR

- Cosa si intende con Influencer Marketing.
- Influencer pay vs free: i vari metodi di "ingaggio" degli influencer.
- KPI di valutazione dell'influencer marketing.
- Ma la critica non dovrebbe essere l'influencer naturale del cinema?
- Case studies: Maryna per *Sing*.
- Case studies: i Mates per *Suicide Squad*.
- Case studies: Richard HTT per i 90 anni di Topolino.

**Interviene nel: MODULO V**



## **Barbie Xanax**

**Film critic // Web Content Creator // Influencer**

- Definizione e sperimentazione del target.
- Strategie di lancio sui diversi social.
- Case studies: *A Quiet Place*, attività on e off line.
- Case studies: *IT* video unboxing e promozione.
- Case studies: *Unbreakable Kimmy Schmidt*, a New York con Netflix.

**Interviene nel: MODULO V**

## **Catia Donini**

**Giornalista e conduttrice radiofonica**

- L'ufficio stampa nel cinema: nozioni generali di gestione ufficio stampa.
- Il comunicato stampa. Caratteristiche e redazione.
- Gestione dei rapporti con i giornalisti.
- L'ufficio stampa dei festival cinematografici.
- I vari eventi: la conferenza stampa, il press tour.
- Cenni su: marketing culturale, ufficio stampa del personaggio, del film, dell'industria e dell'istituzione cinematografica.
- Esercitazione pratica in aula: redazione di un comunicato stampa.

**Interviene nel: MODULO VI**

## **Francesco Marchetti**

**Senior Marketing Manager // 20th Century Fox Italia**

- Public Relations e Ufficio Stampa: due professioni vicine ma distinte. Quali i ruoli e quali competenze.
- Il contesto - La comunicazione culturale, limiti e potenzialità.
- L'Ufficio Stampa e il marketing: come attivare una collaborazione sinergica.
- Gli strumenti per comunicare: mailing list e media relations.
- Il piano di comunicazione: individuare gli obiettivi e pianificare ottimizzando costi e risultati.
- I materiali: Audio/Video, Foto, Press book, Proiezioni stampa e rassegne.
- Il junket: Organizzare e gestire una conferenza stampa (e i talent che partecipano) e le altre attività (Photo Call, Round table, interviste, tour).
- L'evento: individuare costi e benefici ottimizzando il budget. Organizzare l'evento massimizzando la copertura.

**Interviene nel: MODULO VI**



## 9 / Accedi alla selezione

1

### COMPILA IL FORM

con i tuoi dati

2

### PRENOTA UNA DATA

per il colloquio

3

### INCONTRACI

( anche via Skype )

4

### RICEVI UN FEEDBACK

dai selezionatori

5

Sei stato ammesso?  
**INIZIA LA WEPROMO ACADEMY!**

## 10 / Modalità e requisiti di ammissione

Uno degli obiettivi principali per cui abbiamo creato WEPROMO Academy è trasmettere la nostra esperienza professionale e **far crescere nuove professionalità. Non ci sono limiti di età o sul percorso di studi di provenienza** ma chiediamo un colloquio di selezione perché vogliamo assicurarci che il percorso formativo che state per intraprendere sia davvero efficace, sia nell'approfondire il vostro bagaglio di conoscenze che nel garantirvi una guida concreta nello sviluppo del vostro percorso professionale.

**I nostri corsi sono a numero chiuso**, perché crediamo che la formazione sia prima di tutto la condivisione di un'esperienza in cui le persone e il rapporto diretto fanno la **differenza**.

Ci piace offrire a tutti i nostri studenti la stessa qualità e le stesse opportunità di approfondire, risolvere i propri dubbi, fare domande e dialogare con i docenti e i propri compagni di corso, per questo non accettiamo più di **25 iscritti**. Diamo la priorità a chi completa l'iscrizione per primo e una volta terminati i posti non accettiamo nuove domande.

Ai fini dell'ammissione al Master i candidati saranno selezionati sulla base del:

- **curriculum vitae**
- **colloquio motivazionale**

Nei colloqui con il tutor del corso verranno valutate le attitudini dei candidati e la loro idoneità specifica ai contenuti e al programma formativo del corso. Il colloquio potrà avvenire anche via Skype.

**/ Numero massimo di ammessi: 25**

## 11 / Stage

Wepromo Academy offre a due studenti la possibilità di effettuare **uno stage di tre mesi** in Wepromo. La selezione degli ammessi allo stage sarà effettuata con un colloquio individuale al termine del master. Chi sarà selezionato avrà l'opportunità di entrare a tutti gli effetti nel **team di lavoro dell'agenzia**, verificando sul campo le competenze acquisite durante l'Academy.

Gli ammessi allo stage riceveranno un **rimborso forfettario** per le spese sostenute.

## 12 / Costi e modalità di pagamenti

Abbiamo optato per una formazione di tipo modulare in cui ciascuno può costruire il proprio percorso in base alle proprie esigenze professionali e alle proprie aspirazioni, così che si può scegliere di prendere parte ad un solo weekend costituito da 16 ore di formazione specializzata oppure acquistare ad un prezzo conveniente una combinazione di più moduli per una visione d'insieme più completa e strutturata.

Il costo per un **singolo modulo (weekend)** è di 300 € IVA inclusa, una **combinazione a scelta di due moduli** costa invece 500 € IVA inclusa.

Per conoscere il costo di più moduli o dell'intero Master **contattare la segreteria organizzativa al numero +39 327 827 1816.**

Modalità di pagamento: bonifico bancario.

# 13 / Dove e quando si terrà il master

## Location:

Il corso si svolgerà presso la sede di WEPROMO in Galleria Cavour 7 a Bologna.

## Calendario

9/10 Febbraio 2019  
16/17 Febbraio 2019  
2/3 Marzo 2019  
9/10 Marzo 2019  
11/12 Maggio 2019  
18/19 Maggio 2019

## Orari

Dalle 9:30 alle 13:30  
Dalle 14:30 alle 18:30

