



Comune di Bologna

I pubblici della cultura. Audience development e coinvolgimento digitale

Programma – Giorno 1 – venerdì 19 febbraio 2021 dalle ore 9 alle 13

Dal marketing culturale all'audience development

- Basi di marketing culturale: prodotto e mercato, fasi del marketing e uso dei dati
- Audience development: inquadramento e definizioni, le mappe dei pubblici, i concetti di Outreach e Engagement
- Pubblico e pubblici: il continuum della partecipazione, le barriere da abbattere
- Le dimensioni dell'AD: Promozione, Mediazione, Partecipazione
- Digital Engagement, Community Building, Crowd-Sourcing

Programma – Giorno 2 – venerdì 26 marzo 2021, dalle ore 9 alle 13 Dall'audience development alla strategia digitale

- Digital engagement (coinvolgimento digitale) al tempo del Covid
- Avere una strategia: il DEF (Digital Engagement Framework) e la strategia digitale
- Cross media planning, dittatura del web e muoversi tra sito e social
- La progressione del contenuto e i contenuti per il web