

Comunicato Stampa - 06/06/2017

Innovazione Unindustria - I social media un'opportunità di crescita per le imprese del Lazio

Unindustria ha ospitato Facebook in un convegno dedicato alle PMI

Si è svolto oggi, presso la sede romana di Unindustria, il convegno **"Come far crescere la tua attività con Facebook"**, con l'obiettivo di illustrare, alle numerose aziende presenti, le opportunità che i social media, ed in particolare proprio Facebook, possono offrire alle pmi.

*"Le piccole e medie imprese, ora più che mai devono essere in grado di gestire questa rivoluzione digitale, che ha assunto il ruolo di protagonista anche nella comunicazione d'impresa - ha dichiarato **Gerardo Iamunno** Presidente Comitato Piccola Industria di Unindustria - I social media, che consentono di raggiungere in maniera veloce ed interattiva, il target di riferimento, costituiscono uno strumento imprescindibile grazie al quale l'impresa può comunicare al meglio la propria brand image. Ma questa interazione continua per un brand è sicuramente un'arma a doppio taglio, se infatti da un lato i social consentono all'azienda di interagire con il proprio pubblico, dall'altro la rendono più esposta a critiche e commenti negativi, un fattore questo che non può essere sottovalutato - prosegue Iamunno. Proprio per questo, per non far trovare impreparate le nostre imprese di fronte a queste nuove dinamiche comunicative, come Unindustria, con oggi avviamo un percorso di "cultura" digitale sui temi della comunicazione sociale".*

All'evento ha preso parte anche **Fausto Bianchi** Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori che ha ribadito l'importanza di Facebook anche e soprattutto per le start-up e più in generale per le imprese innovative.

Ospite dell'iniziativa **Francesca Capobianchi**, SMB Community Engagement Manager di Facebook, che ha illustrato le opportunità che Facebook, divenuto ormai una costante nella vita quotidiana di oltre un miliardo di utenti al mondo, offre in termini di marketing per le aziende.

Le PMI, in particolare, sono tra i soggetti più coinvolti nel processo di ripensamento del proprio modo di comunicare, anche perché chiamate a coinvolgere consumatori nuovi, lontani, profondamente diversi dall'idea di cliente per lungo tempo presa a riferimento.

Sito di provenienza: UNINDUSTRIA - <https://www.un-industria.it>