

# I corsi di università Pegaso per diventare influencer

Le lezioni, organizzate con Buzzoole, sono strutturate con mini video per permettere agli studenti di organizzarsi in autonomia

di **EMANUELA MEUCCI**

■ Sui social si moltiplicano gli aspiranti influencer, che sognano di trasformare la loro passione in un lavoro, magari fondando un impero in stile **Chiara Ferragni**. Ma per affermarsi in questo mondo non bastano fantasia e passione: servono solide competenze. Per questo l'università telematica Pegaso e Buzzoole, società specializzata nel connettere creatori di contenuti e aziende, hanno lanciato la Buzzoole influencer academy ([buzzoole.com/academy](http://buzzoole.com/academy), 100 euro a modulo, riduzioni sui pacchetti).

Sulla piattaforma dell'università Pegaso, che in 12 anni

ha formato circa 80.000 studenti, sarà possibile seguire dieci corsi tenuti da esperti del settore, blogger e influencer e strutturati in mini video lezioni, in modo da poter organizzare lo studio in base alle proprie esigenze. Alla fine di ogni ciclo sarà necessario sostenere un esame dal vivo per poter ottenere il certificato.

Per quel che riguarda i corsi orizzontali sulle competenze di base, sono previsti percorsi su bloggging, videomaking, storytelling, insight, advertising e Im nel mondo professionale. I corsi verticali,

dedicati a singoli argomenti, saranno invece incentrati su moda (con **Lavinia Biancalani**, fondatrice di *Thestylepuher*), tecnologia (con il fisico **Massimo Temporelli**, presidente di The Fablab), cibo (con **Carlo Spinelli**, foodblogger noto come il Doctor Gourmeta) e fotografia (con **Giuseppe Mondì**, fotografo e viaggiatore).

«Quello dell'influencer è un lavoro sempre più ambito. Essere un professionista, come per ogni altra posizione, richiede studio e impegno, molte sono le figure che sul Web si dichiarano influencer, ma non basta solo avere i numeri. Per diventare creator di professione e ottenere la stima dei brand è necessario sviluppare le giuste competenze e il giusto know how in grado di catalizzare l'attenzione e uscire fuori dal coro», ha spiegato **Gianluca Perrelli**, chief marketing officer e country manager di Buzzoole Italia. «Attraverso i corsi proposti, vogliamo mettere nelle mani degli aspiranti creator tutti gli strumenti necessari».

«Circa il 50% delle aziende che fa pubblicità online si rivolge anche agli influencer», spiega **Danilo Iervolino**, presidente dell'università tele-



Peso:25%

**matica Pegaso.** «L'informazione è cambiata, le persone si fidano più di singole figure autorevoli che dei media tradizionali, e questa è diventata una vera e propria professione. Per questo abbiamo deciso di creare questi corsi in collaborazione con Buzzoole, società leader nel settore. Tanti provano a sfondare ma pochi ci riescono, perché servono competenze a tutto tondo in campi come marketing, deon-

tologia e psicologia sociale. Non basta scattare una bella foto, bisogna anche sapere come postarla e cosa scrivere per emozionare i propri fan. Puntiamo a formare circa 100 influencer qualificati ogni anno».

I corsi di sicuro si rivolgono ai giovanissimi che oggi «si devono creare un'occupazione», prosegue **Iervolino**, «ma non solo: sono perfetti anche per gli adulti che già lavorano nel campo della comunicazione ma vogliono riposizionarsi. Questo è il modello del life long learning, l'aggiornamento continuo lungo tutto il corso della propria vita, in cui noi crediamo molto».



Peso:25%