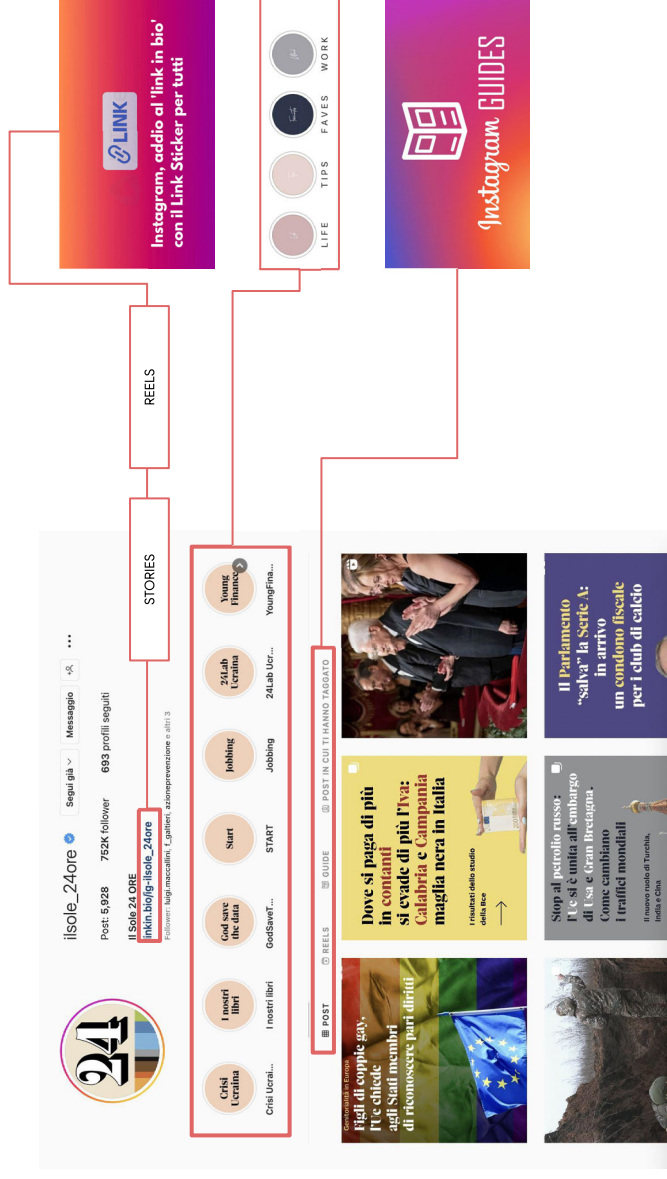


Presidiare il Mercato on e off line

Panoramica degli strumenti web
e delle strategie da offline a
online e viceversa

 **Eccellenze**
in Digitale

 UNIONCAMERE | con il supporto di  Google.org



Le Piattaforme nel tempo hanno cercato di incontrare le esigenze editoriali e di business di aziende e creators, introducendo formati diversi, possibilità di classificare i contenuti, introduzione di link verso owned property etc.

Vi siete mai chiesti quanti **Gruppi Chiusi** esistono e su quali argomenti?

<p>Dog&Cat Sitter Cerco/offerò a ROMA Pubblica - Membri: 4644 - 6 post al giorno CERCA UN DogSitter o CatSitter per le vacanze? TI OFFRI come DogSitter o CatSitter NELL'AREA di ROMA? Dopo l'iscrizione troverai come post fisso in alto... 1 amico è membro</p> <p>Dog sitter a casa del cane. Pubblica - Membri: 1072 - 8 post al mese Questo gruppo è stato creato per dare la possibilità di lasciare i propri cani a casa, ospitando dietro un compenso ragionevole un dog sitter, che abiterà nella...</p> <p>I Dog sitter di Roma Pubblica - Membri: 1206 - 5 post al mese - 13 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Gruppo nato per aiutarci tra di noi e far nascere nuove collaborazioni tra noi dog sitters di Roma! Chiedete consigli e parlate di esperienze.</p> <p>Dog e Cat Sitter: al tuo "pet" ci penso io Pubblica - Membri: 546 - 2 post al giorno Questo gruppo nasce nel periodo della pandemia, dall'esigenza di molti di portare il proprio cane e non poterlo fare per situazioni di...</p> <p>Dog Sitter Privata - Membri: 649 - Post a settimana: 9 Per tutti coloro che abbiano voglia di un adeguato compenso, di prendersi cura...</p> <p>Cerco Offro Lavoro ANIMALI: Toelettatori, Educatori, Dog Sitter, Commessi Pubblica - Membri: 6615 - 8 post al giorno - 11 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Per tutti coloro che Cercano o Offrono lavoro nel campo degli Animali da Compagnia.</p>	<p>ANALFABETI DELLA BIRRA Pubblica - Membri: 15.603 - Post a settimana: 9 - 152 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome MANIFESTO DEL GRUPPO GIL ANALFABETI DELLA BIRRA sono un gruppo di ironici appassionati, populist, cosiddetti esperti, degustatori, professionisti...</p> <p>Amici Della Birra Artigianale Italiana Pubblica - Membri: 2731 - 8 post al mese - 3 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Questo gruppo è stato creato con l'obiettivo di promuovere tutte le calde e capose di caffè compreso le macchine che erogano questo formidabile...</p> <p>Il Forum della Birra Privata - Membri: 14.669 - 3 post al giorno Gruppo Facebook ufficiale del "Il Forum della Birra". Per iscriversi e consultare il regolamento cliccare qui: http://www.ilforumdellabirra.net/viewtopic.php?</p> <p>birra artigianale "BEAGLE STAR" Pubblica - Membri: 12</p> <p>Artigiani & Creativi Romani per il "Made in Rome" Pubblica - Membri: 3989 - 5 post al giorno Benvenuto nel gruppo social dei promotori del progetto per il #MadeInRome!!! #MadeInRome è il Piano di Sviluppo Culturale, Economico e Sociale per la r...</p> <p>Oh no! L'ennesimo gruppo sulla birra artigianale! Pubblica - Membri: 2456 - 9 post al giorno - 15 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Benvenuti sul gruppo della pagina La Tana del Verme nato per sostenere il movimento della birra artigianale italiana! Qui sotto troverete gli argomenti dei...</p>	<p>Arredo Bagno Pubblica - Membri: 859 - 5 post al giorno - 4 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Questo gruppo nasce per condividere e confrontarsi sull'arredo bagno. Potete pubblicare le foto dei Vostri bagni, chiedere consigli e pubblicare soluzioni...</p> <p>idee per arredare il bagno Pubblica - Membri: 7161 - 7 post al mese - 25 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Idee per arredare il bagno: Foto di bagni, arredamento, pavimenti, pareti, guide e consigli</p> <p>Arredare con stile Privata - Membri: 322.858 - 10+ post al giorno Questo gruppo è dedicato a chi ama la propria casa, chi dedica tempo e passione per renderla bella, accogliente e personalizzata, anche con budget...</p> <p>Arredo@bagno Pubblica - Membri: 48.010 - 8 post al giorno - 165 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Immagini e idee per la stanza da bagno. Lo spirito del gruppo è dare un servizio a tutti quelli che stanno per ristrutturare la stanza da bagno, o creando un nuo...</p> <p>Arredo Bagno e ristrutturazione casa Pubblica - Membri: 611 - 2 post al mese - 3 membri hanno detto di aver frequentato Sapienza University of Rome Proposte, tendenze e novità riguardo all'arredamento da bagno e le ristrutturazioni della casa</p>
---	--	--

Operate nel settore degli animali domestici?

Vi occupate di Birra artigianale?

Produce e vendete arredo bagno e maioliche?

I **Gruppi Chiusi** rappresentano una fonte inestimabile di informazioni e opportunità per le aziende e possono essere utilizzati con una duplice modalità:

- per ascoltare quello che gli utenti, in un “ambiente” protetto e tra pari(peer to peer), raccontano su paure, needs, lamentele, ma anche su cattive o buone esperienze con brand e aziende
- per intervenire più o meno pubblicamente e raccontare caratteristiche e peculiarità dei propri prodotti, suggerire soluzioni, dare consigli,rispondere a dubbi

Le regole dei gruppi chiusi sono ancora più stringenti di quelle che regolano le altre pagine e sezioni dei Social Network

Mamme di Roma Centro

Il regalino di fine festa più bello di tutti per i compleanni dei vostri bimbi! (e non solo!) Potrete scegliere tra un'infinita di gadget a tema, tutti personalizzati con nome e gli anni del festeggiato e il tema scelto da voi! Per info contattateci, saremo felici di potervi aiutare 🥰

RosaPompelino
5 h

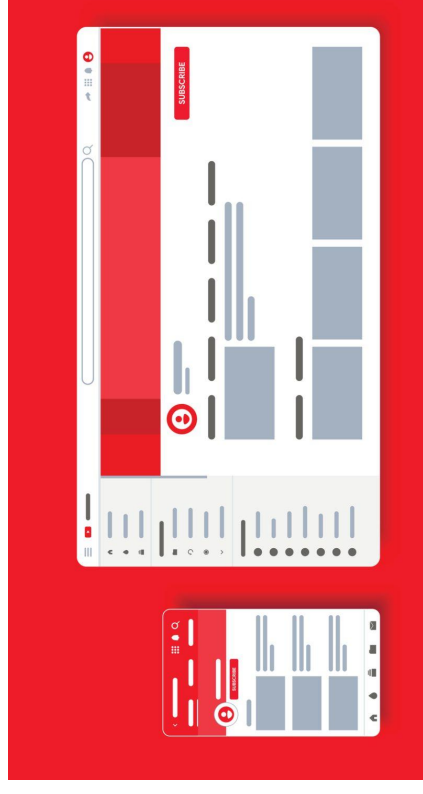
COMPONI LA TUA PARTY BAG PERSONALIZZATA 🎉
Crea la combinazione che preferisci tra un'infinita di gadget a tema, tutti personalizzati con il nome e gli anni de... Altro...

YouTube è utilizzato

- A. dagli utenti più giovani come **piattaforma di intrattenimento**, un vero e proprio media.
- B. Indistintamente da tutte le fasce socio demo come **motore di ricerca***
- C. Dalle aziende con una buona visione strategica, come **piattaforma prioritaria di engagement**
- D. Dalle aziende con una visione miope, come repository di video da embeddare nei propri website (una sorta di **server/garage disordinato**)

YouTube rappresenta una enorme potenzialità per le aziende ma ha le sue regole, le sue strutture e non vi errore più grande che considerarlo come un'appendice delle nostre property web.

*YouTube è il secondo motore di ricerca dopo Google per n° di query ricevute su base giornaliera.





L'azienda Lazzari. (lazzarionline.com)

ITALIA

Storia di un'azienda italiana che cerca di resistere alla globalizzazione

PUBBLICITÀ



Style

Lazzari è il brand made in Italy con una tradizione da scoprire in questa intervista e che ti conquisterà

Ha quarant'anni e se li porta benissimo. Ecco perché Lazzari è uno dei brand italiani del momento

3M | Moda | Lazzari Store, come un'azienda di famiglia è riuscita a sorpassare i big su Facebook

Lazzari Store, come un'azienda di famiglia è riuscita a sorpassare i big su Facebook

di Chiara Reggelli
24 ottobre 2017



Quando si intende sfruttare l'audience, la credibilità e la riconoscibilità di asset di terze parti, cercando sin da principio di guidare a nostro favore quel tipo di comunicazione, allora stiamo parlando di strategie di **Digital PR**

Comunicati stampa vs Digital PR

Un comunicato Stampa viene prodotto dall'azienda, **con il proprio stile e tone of voice**, per essere riverberato e quindi pubblicato su quante più circuiti (es. **Adnkronos**) e testate possibili (on e offline).

Il comunicato stampa è uno...

La voce riconoscibile è quella dell'azienda che tramite questo formato comunica la propria posizione ufficiale rispetto ad un evento, al lancio di un nuovo prodotto, ad un'iniziativa, etc.

Il comunicato stampa in quanto ripreso e pubblicato identico su diverse testate off e online non ha correlazione e influenze dirette con aspetti SEO e di Link building

Le strategie di Content Marketing e Digital Pr hanno invece lo scopo di innescare una serie di Articoli e Post sul proprio brand / prodotto (tutti indipendenti tra loro) su property di terze parti a cui l'azienda fornisce **linee guida e brief di alto livello**.

Il tone of voice, lo stile, il taglio dell'articolo saranno appannaggio del sito che pubblicherà l'articolo.

In questo caso il lettore non percepirà il coinvolgimento diretto dell'azienda. Al contrario i publisher coinvolti parleranno alla loro audience con un punto di vista oggettivo e con il loro personalissimo tone of voice.

In questo caso potrebbe essere verificata l'opportunità di attività di Link building strutturate

Getfluence
Digital PR Store
Linkjuice
Adlinko
Bytech

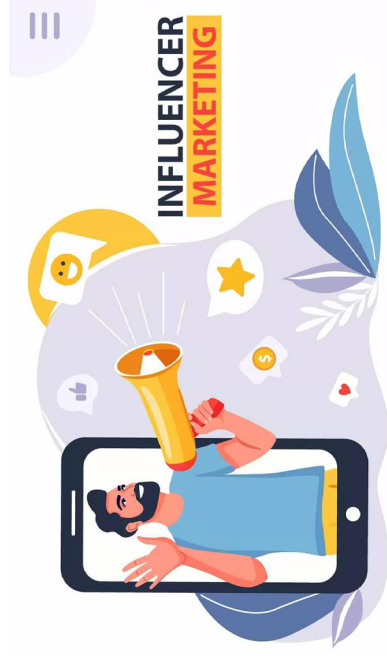
Qualche esempio di
Network di Digital PR

Influencer Marketing

L'**Influencer Marketing** è una strategia di marketing basata sull'influenza che alcuni soggetti (più o meno noti) riescono ad esercitare sulle scelte d'acquisto e di adesione di altri soggetti ad un brand.

Non tutti gli Influencer sono uguali, così come le strategie per ingaggiarli. Esistono almeno **5 sfumature di Influencer** ma per comodità utilizziamo i 3 Macro cluster di creators che è possibile coinvolgere in una strategia di Influencer Marketing:

- Macro Influencer / Testimonial** (es. Cracco, Ferragni, Bebe Vio... ma anche Clio makeup)
- Micro Influencer**
- Nano Influencer**



Tipo di influencer

Nano (1-10.000 follower)

Micro (10-100.000 follower)

Medio (100-500.000 follower)

Macro (500k-1 milione di follower)

Mega (1 milione di follower+)

Influencer / Celebrità / Testimonial

Personaggi social con grandi seguiti, vicini allo status di "celebrità", i quali forniscono o consulenze in qualità di esperti su vari argomenti, o mettono a disposizione la loro "cerchia" per la promozione di un prodotto/servizio.

Queste persone propongono ai loro follower prodotti esclusivi forniti dai brand, spesso in cambio di denaro. L'autorevolezza di un influencer permette di creare quel rapporto di fiducia tra lui, il brand e gli utenti che lo seguono.

Il problema è che, quando si collabora con un influencer, la sua autenticità può costituire un problema, poiché questi "personaggi" promuovono tantissimi prodotti e brand spesso molto distanti tra loro, e questo fa sembrare poco spontaneo e artificioso qualsiasi tipologia di messaggio.

Inoltre, non è sempre facile per l'imprenditore medio capire se i followers di questi personaggi siano reali o in target con la sua proposta e disporre di budget tanto onerosi.

500K - 1Mln di follower

Micro Influencer

La caratteristica principale dei micro influencer è quella di contare su numeri decisamente più esigui rispetto agli influencer. Sono però seguiti da utenti altamente interessati a ciò che questi pubblicano sui social, in particolare su Instagram e TikTok. Verticalizzano i loro contenuti su topic molto più netti e riconoscibili. Sono specializzati in determinati temi e contenuti.

Il loro tasso di coinvolgimento è molto elevato e di conseguenza lo è la conversion di un suggerimento o di una sponsorizzazione fatta dai loro canali.

Nell'ambito del micro influencer marketing questi ambassador si rivolgono a una nicchia di follower che spesso condividono età, interessi, percorso di studi, condizione (es. neo mamme, etc.)

10K - 50K di follower

Nano Influencer

La caratteristica principale dei Nano Influencer sono come nei Micro competenze mirate in settori di nicchia (es. aerospazio, astrofisica, fisica, letteratura, filosofia musica, etc.) questo li rende credibili e interessanti agli occhi delle loro community di riferimento. In generale empatia e impegno sociale, professionalità, competenza, sono alcuni degli aspetti principali che caratterizzano il rapporto tra i Nano e i loro contatti

Le principali differenze tra micro-influencer e nano influencer? Anche questi ultimi si rivolgono a gruppi ristretti, ma numericamente inferiori rispetto a quelli raggiunti dai micro influencer. Di conseguenza, i costi di ingaggio sono minori ma anche le modalità.

A volte per raggiungerli non si passa

necessariamente da piattaforme, perché non è detto che siano iscritti **Spesso sono influencer a loro insaputa.**

5K - 10K di follower