



SOCIAL MEDIA

PER RACCONTARE I BRAND

“”

5 PUNTI

1. i social network sono enormi piazze affollate
2. individuare e rivolgersi alla nicchia di riferimento
3. fornire info utile e risolutive
4. interagire con le persone con trasparenza
5. seguire e monitorare i concorrenti



QUINDI

pagina/account/profilo dell'azienda non può limitarsi a
condividere aggiornamenti

MA

- ▶ deve realizzare delle strategie coordinate con le azioni
del sito o blog
- ▶ usare i social media significa fare un investimento di
tipo temporale e di presenza

“”

CATTIVI CONSIGLI

- ▶ i social media vanno usati per vendere i prodotti
- ▶ usare i social media personalmente o per lavoro è la stessa cosa

> altri cattivi consigli li trovate [qui](#)

“”

PERCHÈ I SOCIAL

passaparola amplificato

individuazione delle tendenze

monitoraggio dei competitor

contatto diretto

gestione efficiente e in tempo reale delle critiche

l'importanza dei commenti



QUALE SOCIAL

- ▶ è importante capire dove stanno i potenziali pubblici, dove si discute dei temi inerenti? dove sono i competitor?
- ▶ ogni social ha le sue specifiche in fatto di img e video

“”

QUALE SOCIAL

- ▶ googleplus è importante per rendere visibili i contenuti
- ▶ twitter il numero uno per quando succedono/ stanno succedendo le cose
- ▶ facebook per dialogare e raggiungere le persone (più affollato)
- ▶ instagram per raccontare una storia che si aggiorna giorno dopo giorno, settimana dopo settimana

“”

PRO E CONTRO DEI SOCIAL

facebook:

PRO - più diffuso fra i social, ottimo per lanciare contest e gare (video in diretta, sondaggi...)

CONTRO- è essenziale essere interattivi con i fan, è necessaria una presenza costante

twitter:

PRO- la sua forza è la sua azione real time,

CONTRO- i 140 caratteri **a volte** son pochi, rischio di non essere visibili in una timeline affollatissima

instagram

PRO - già da solo crea engagement per chi lo usa. E' semplice e immediato.

CONTRO- se le foto non sono così familiari forse meglio evitare

google+

PRO E CONTRO - è il social network di Google



COSA SI FA SUI SOCIAL

conversazione

raccontare/narrare cose/storie in cui le
persone possono immedesimarsi con
tutti i mezzi a disposizione (foto,
video, podcast, testo, hashtag, dirette
video...)

“”

CONTENUTI

i contenuti devono essere:

- ▶ interessanti per l'audience di riferimento
- ▶ aiutano la percezione del brand da parte degli utenti
- ▶ portano traffico al sito web

“”

ESEMPI DI CONTENUTI

- ▶ raccontare la relazione del vino/cibo/prodotto con il suo territorio;
- ▶ valorizzare i caratteri distintivi di unicità e tipicità del vino/cibo/prodotto;
- ▶ raccontare come vengono realizzati i prodotti, il “*dietro le quinte*”, *work in progress* e il “*prima e dopo*”
- ▶ coinvolgere gli utenti, utilizzo dei contenuti realizzati dagli utenti a seguito di una call- to action
- ▶ contenuti *how-to* per raggiungere anche chi ne sa poco o non è (ancora) interessato



CONSIGLI

Se si prende qualcosa di interessante e utile da un altro profilo, va citata (taggata) la fonte (e ringraziata)

non solo condivisione di contenuti

pensare mobile (siti web responsive)

usare la geolocalizzazione

“”

CONSIGLI

non aspettare che tutto sia pronto per creare un profilo social

non postare un'immagine da sola

condividere le foto dei follower

usare i collage di immagini/video/video di immagini/
presentazioni

usare "avvenimento importante" "anniversario" di FB

avere post pronti per Natale, S.Valentino ecc - questi
eventi possono essere un'opportunità di promozione, un
pretesto per coinvolgere la community

“”

CONSIGLI

fare VISUAL STORYTELLING

foto e video catturano più facilmente l'attenzione degli utenti sui social media, le persone si soffermano sulle immagini, le condividono, ne condividono delle loro personali

le immagini e il loro stile possono far la differenza per chi arriva a quella pagina/sito/articolo e mandare un messaggio più o meno professionale

infografiche

coinvolgi le comunità (instagramers)

ottimizzare il profilo, in modo da attrarre utenti in target



HASHTAG

- ▶ hashtag: un modo per entrare in una conversazione a cui la community di riferimento sta partecipando, un modo per collegare una serie di propri contenuti

In generale più l'hashtag è specifico, maggiore sarà l'engagement degli utenti che lo usano.



HASHTAG

hashtag di brand o legato a un'attività organizzata dalla tua Azienda (esempio #consorzioXY e #studioXY)

hashtag legati al vostro settore (#socialmediamarketing, #SMM, #food #gastronomia)

hashtag usati dai concorrenti e dagli utenti

hashtag geolocalizzati (community locali #igerfirenze, #genova).



CONSIGLI

taggare altri account: un modo per offrire il proprio contenuto a un nuovo pubblico

didascalie/descrizione dell'immagine/contenuto del post: sono basilari, sostanziali, possono essere molto lunghe (descrittive e esaurienti) o brevi, un titolo, un hashtag, devo assumere uno stile ed essere coerenti di post in post

emoji: un modo per comunicare con i follower, o sottolineare un dettaglio dell'immagine

condividere su tutte le piattaforme social di cui si fa parte



AGENDA EDITORIALE (METTERE IN PRATICA)

- 1) Fare l'elenco degli argomenti dei quali si vuole scrivere.
- 2) Raccogliere informazioni e collezionare fonti.
- 3) ordinare con calendario alla mano.
per segnare la cadenza delle pubblicazioni.
- 4) Monitorare i risultati e correggere l'agenda editoriale.



USO DEL CONTENUTO DEI FOLLOWER



Capatoast ✓
@capatoast

- Home
- Informazioni
- Foto
- Luoghi
- Persone a cui piace
- Video
- Eventi
- Post

Crea una Pagina

Mi piace Segui Invia messaggio Altro

**Capatoast**
24 novembre alle ore 19:31 · 🌐

Ciao! 🍷❤️



Mi piace Commenta Condividi

751

Commenti più in vista

12 condivisioni

Scrivi un commento...

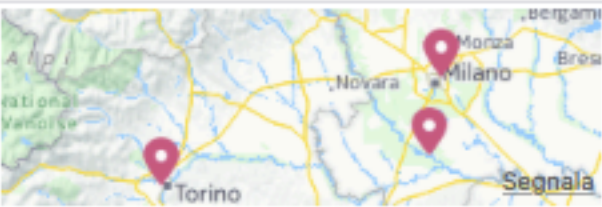
**Silvia Penny** La mia fotoooo 🍷
Mi piace · Rispondi · 1 · 25 novembre alle ore 12:56

**Capatoast** ❤️
Mi piace · Rispondi · 25 novembre alle ore 20:49

Contattaci

 www.capatoast.it/

LUOGHI



**Capatoast (Pavia)**
Via Strada Nuova 7/B

**Capatoast (Milano)**
Piazza Argentina, 4

**Capatoast (Torino)**
Via Rattazzi 1

PIACCONO A QUESTA PAGINA

**Nuok** ✓ Ti piace

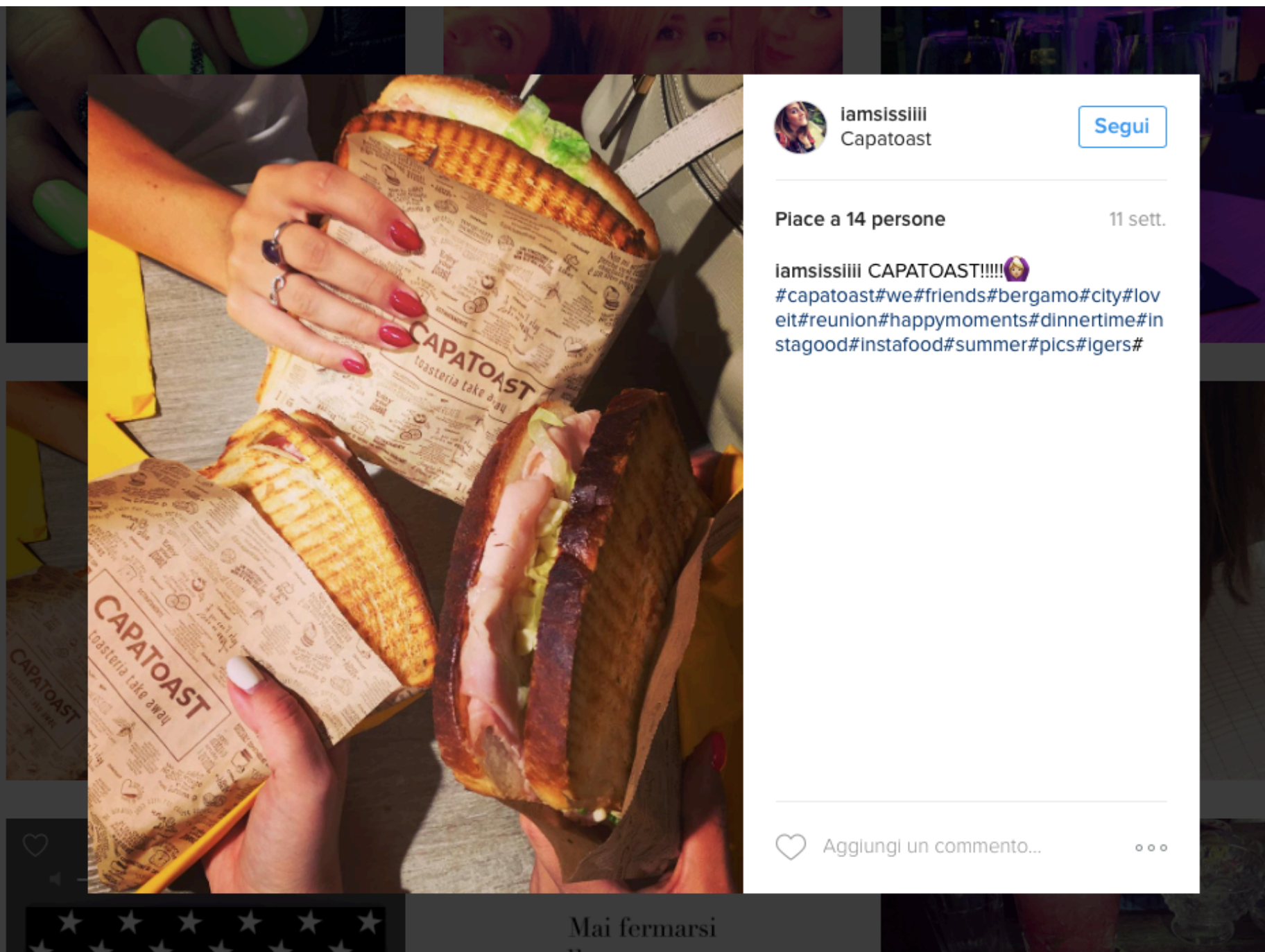
**Arakne Communic...** Mi piace

**Vomero Magazine** Mi piace

POST DELLE PERSONE CHE VISITANO LA PAGINA

“ ”

USO DEL CONTENUTO DEI FOLLOWER



“”

USO HASHTAG



Instagram

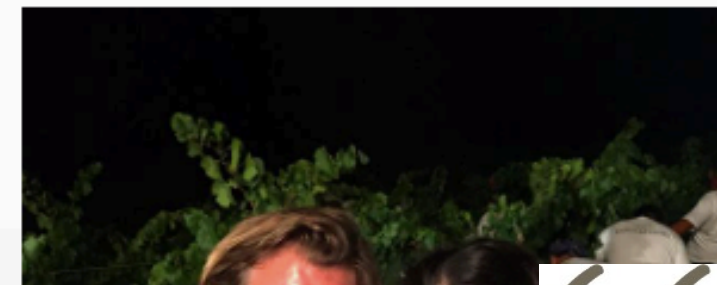
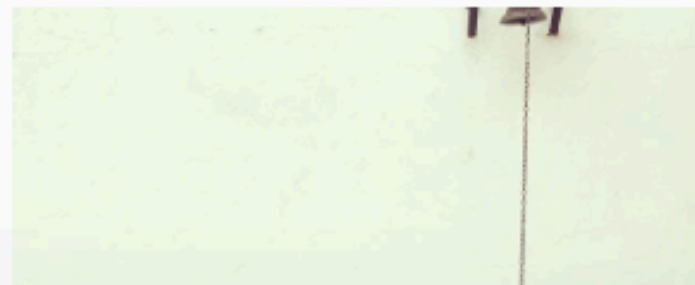
Cerca



#donnafugatatime

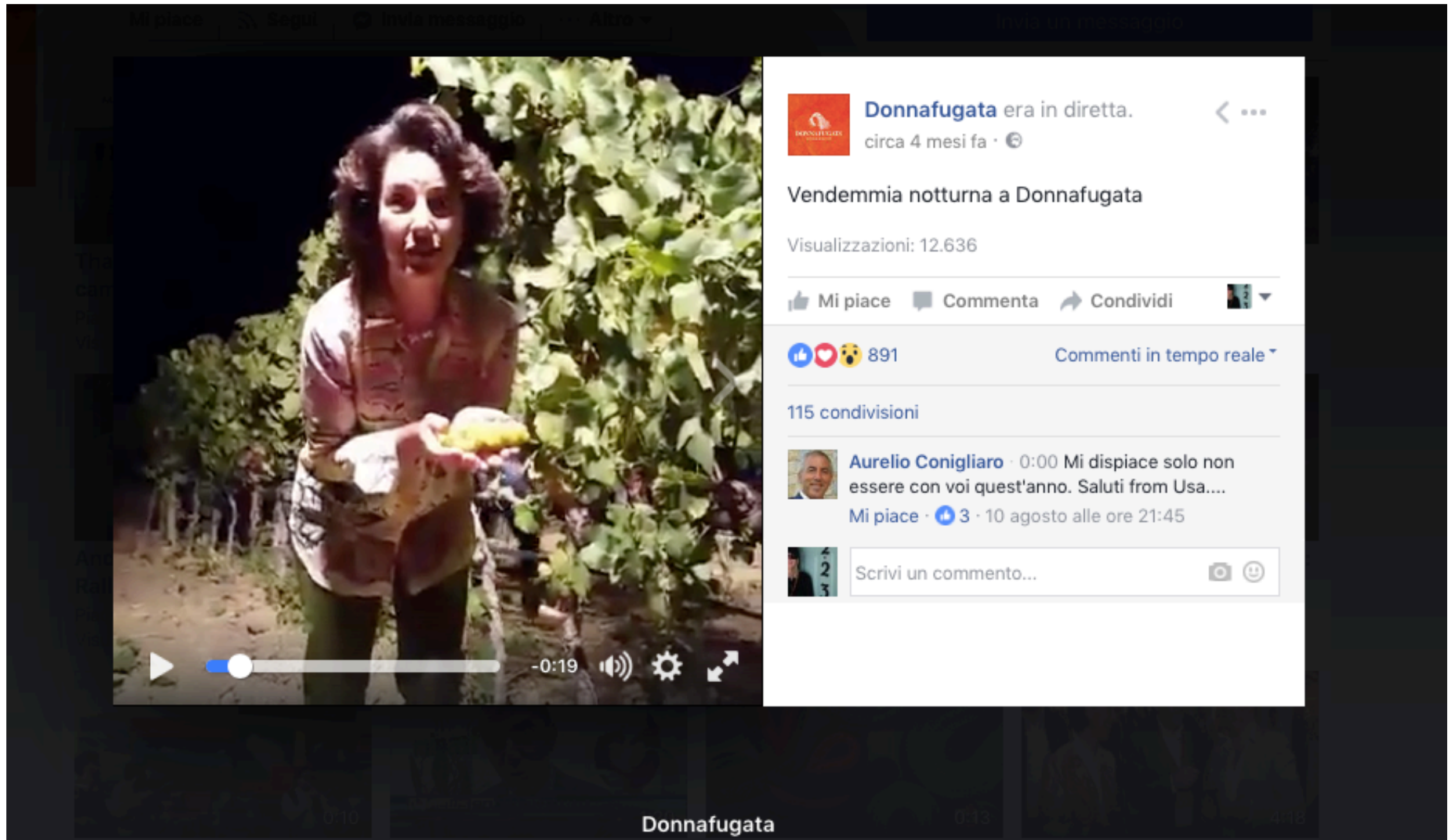
1.415 post

POST PIÙ POPOLARI



“”

USO DELLA DIRETTA



Facebook post interface for a live video titled "Vendemmia notturna a Donnafugata". The post is from the page "Donnafugata" and was broadcast "circa 4 mesi fa". It has received 12,636 views, 891 reactions (likes, loves, and wow), and 115 shares. A comment from Aurelio Conigliaro is visible, dated August 10th at 21:45. The video player at the bottom shows the woman in the vineyard and a progress bar.

Donnafugata era in diretta.
circa 4 mesi fa · 🌐

Vendemmia notturna a Donnafugata

Visualizzazioni: 12.636

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi

👍❤️😲 891 Commenti in tempo reale ▾

115 condivisioni

Aurelio Conigliaro · 0:00 Mi dispiace solo non essere con voi quest'anno. Saluti from Usa....
Mi piace · 👍 3 · 10 agosto alle ore 21:45

Scrivi un commento...

Donnafugata

“”

USO DEI VIDEO



Mosnel -
Franciacorta

@ilMosnel

Home

Informazioni

Foto

Vota l'etichetta

Recensioni

Pinterest

#ilmosnel

Eventi

Mosnel

Twitter

Mi piace Segui Invia messaggio Altro



67

Condivisione: 1

Mi piace Commenta Condividi

Video

Mostra tutti

La nostra vendemmia 2014 in un minuto e mezzo #time-...



51 4

Chiama ora

Mi piace · Commenta



Mauro Perticarini

28 novembre alle ore 17:51

Vedi foto

Piace a 1 persona

Mi piace · Commenta



Marta Erba

10 ottobre alle ore 9:40

Vedi foto

Piace a 6 persone

Mi piace · Commenta

PIACCONO A QUESTA PAGINA



CiaoGnari - enotec...

Mi piace



Ristorante " Il Sara...

Mi piace

“”

STESSO CONTENUTO DI 2 PIATTAFORME



GAMBERO ROSSO

pagina ufficiale

Gambero Rosso ✓

@ilgamberorosso

- Home
- Informazioni
- Twitter
- Eventi
- Video
- Pinterest
- Foto
- Persone a cui piace

Mi piace Invia messaggio Condividi Altro

Gambero Rosso
2 ore fa ·

È un anno movimentato, all'estero e in Italia. Si registra un boom della nuova dimensione, l'Internet, Nelson Mandela vince il Premio Nobel per la pace. E il Gambero come si muove? Sempre in avanti!



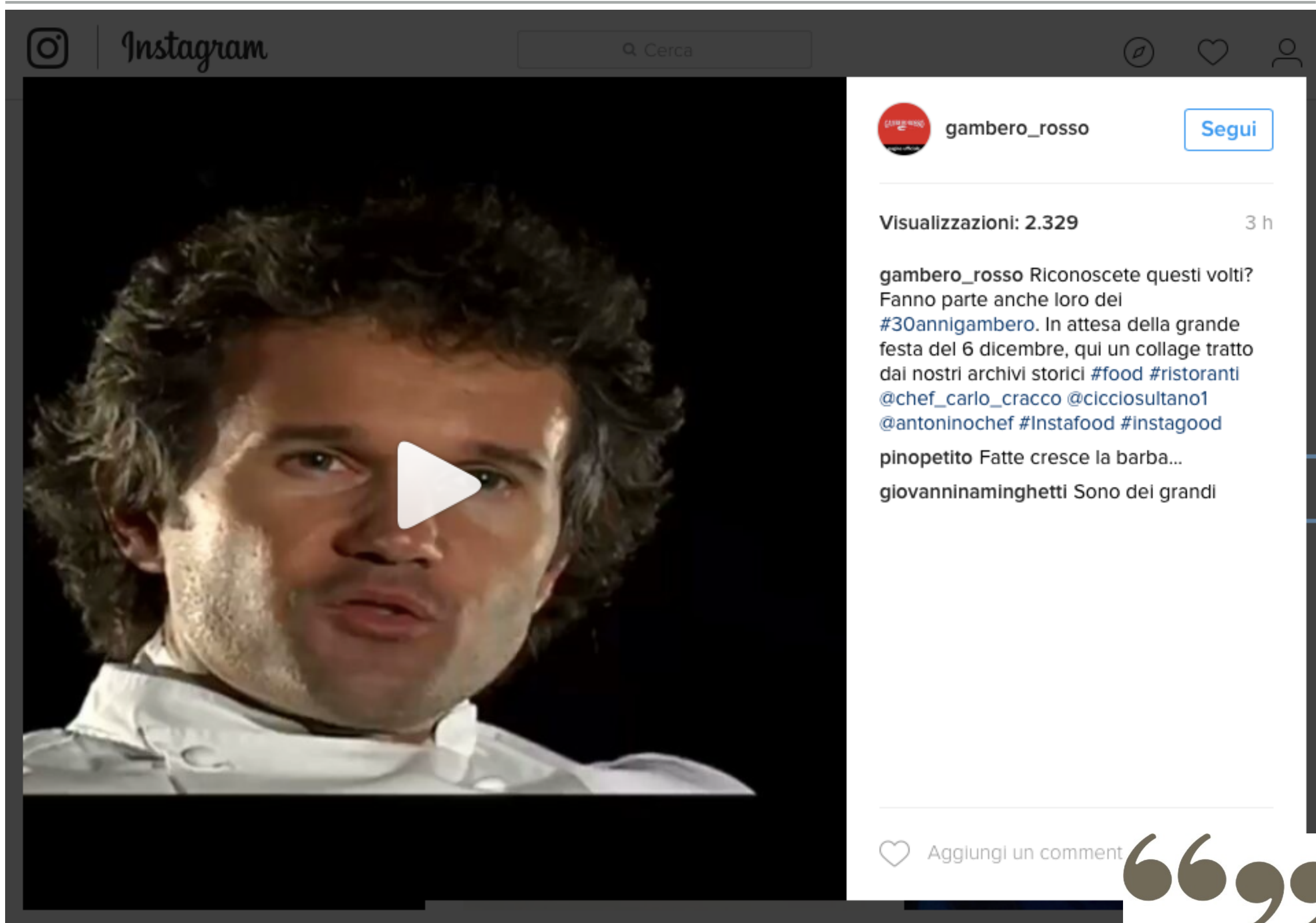
1993. La storia del Gambero Rosso. Cosa accadeva?

GAMBEROROSSO.IT

Mi piace Commenta Condividi

“”

STESSO CONTENUTO SU DUE PIATTAFORME



Grazie! di essere arrivati fino qui a leggere.

**Se vi sono stata di aiuto e volete approfondire
l'argomento contattatemi via email:**

claudia.claclick@gmail.com

www.claclick.com

