

INTRODUZIONE SOCIAL MEDIA MARKETING

PISA, 18 GIUGNO 2014

Nicola Carmignani – [@nicocarmigna](https://twitter.com/nicocarmigna) – www.nicolacarmignani.it



PRESENTAZIONI

Nicola Carmignani [@nicocarmigna](https://twitter.com/nicocarmigna)

Blog: Uno Spreco di Bit! www.nicolacarmignani.it

Freelance

Social Media Marketing

Strategie Digitali

Community Management

Blogging

SEO

Instagram & Coffee addicted



PRIMA QUALCHE DOMANDA...



Chi ha un profilo Facebook?



Twitter?



LinkedIn?



Instagram?



Google+?



Pinterest?



Blog?



1963

2013



donald Draper

Client Presentations

shutterstock

1963

2013



JOAN Harris

Meeting Minutes

shutterstock

uno spreco
di bit!

1963

2013



PETER Campbell

Networking

shutterstock

1963

2013



peggy Olson

Word Processing

shutterstock

COME È CAMBIATO IL MARKETING



<http://youtu.be/ciSrNc1v17M>

PERCHÉ QUESTA RIVOLUZIONE?

WHO IS THE SOCIAL CONSUMER?



- Consumes information and learns about breaking news through sites like Twitter and Facebook.
- Learns about new products through social channels and networks.
- Is wise to unsolicited promotions and trusts only relevant information.
- Desires a conversation with the brand rather than one-way ad messages.
- Expects brands to be active in the same social media sites he/she hangs out in.
- Wants brands to listen, engage and respond quickly.

- È cambiata l'utenza
- Oltre il 66% degli utenti online utilizzano i Social Media
- Il social consumer
 - Esigente
 - Curioso
 - Piace essere informato
 - Vuole essere ascoltato
 - Vivere un'esperienza

SIAMO SEMPRE PIÙ ONLINE

- Le persone online parlano e scambiano **opinioni**
- **Consapevolezza** d'acquisto
- Non bastano:
 - Sito spettacolare
 - Investimenti ADS
 - SEO
 - Newsletter
- Bisogna essere social!



IL MARKETING È CAMBIATO



- La componente sociale ha creato un nuovo modello di marketing che coinvolge le **relazioni**, la **condivisione** e la **partecipazione** in spazi pubblici.
- Le aziende dovranno affrontare un **processo di socializzazione** della loro attività.
- Il social NON è un nuovo canale di vendita ma un'**opportunità per migliorare l'azienda**.
- Internet oggi non è più “virtuale”: connette persone, non PC
 - Internet non è un media tradizionale
 - Relazioni one to one
 - Nuovi modelli di vendita
 - Farsi trovare
 - Alla base di tutto ci sono i contenuti

WEB MARKETING VS. SOCIAL MEDIA MARKETING



Definizioni:

- **Web Marketing**: tutte le attività di marketing aziendali che **sfruttano Internet per sviluppare i rapporti commerciali** (*comunicazione, promozione, pubblicità, acquisizione di contatti di potenziali clienti, vendita, assistenza alla clientela, ecc.*), coinvolgendo gli utenti della rete interessati a prodotti/servizi.
- **Social Media Marketing**: parte del marketing aziendale che si occupa di **generare visibilità su social media** (Facebook, Twitter) **e comunità virtuali** (blog, forum) coinvolgendo metodologie di Public Relations 2.0, ottimizzazione per i social media, campagne pubblicitarie social (es. Facebook Advertising).

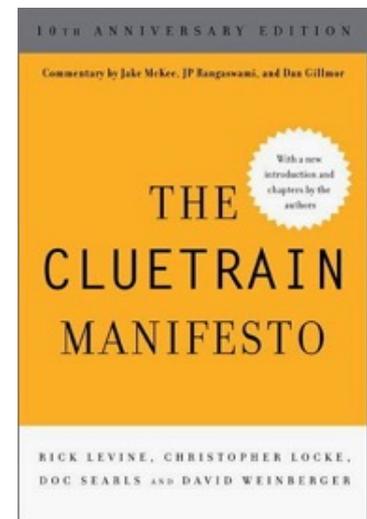
ATTIVITÀ DI WEB MARKETING



THE CLUETRAIN MANIFESTO



- I mercati sono conversazioni
- I mercati sono fatti di esseri umani (e non di settori demografici)
- Le conversazioni tra esseri umani devono essere condotto con voce umana
- Internet permette delle conversazioni tra esseri umani che erano semplicemente impossibili nell'era dei mass media.
- Se le aziende pensano che i loro mercati online siano gli stessi che guardavano le loro pubblicità in televisione, si stanno prendendo in giro da sole.



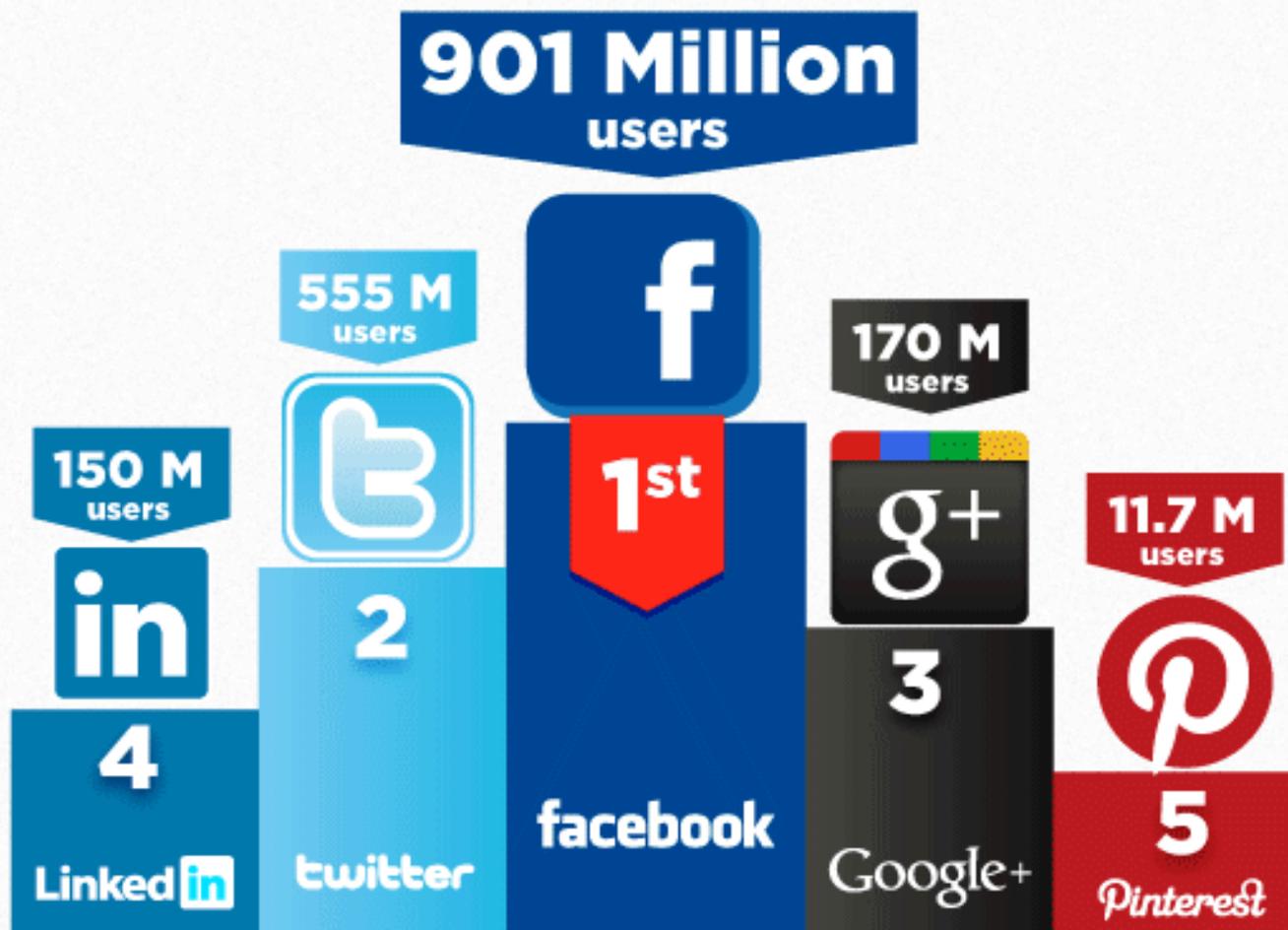
UN MINUTO SU INTERNET

uno spreco di bit



SOCIAL NETWORK: UN PO' DI NUMERI

Number of Users on Popular Social Networking Sites



Monthly Visits on Top Social Networking Websites

uno spreco
di bit!



182 M
visitors



twitter

61 M
visitors



Google+

85.7 M
visitors



LinkedIn

104.4 M
visitors



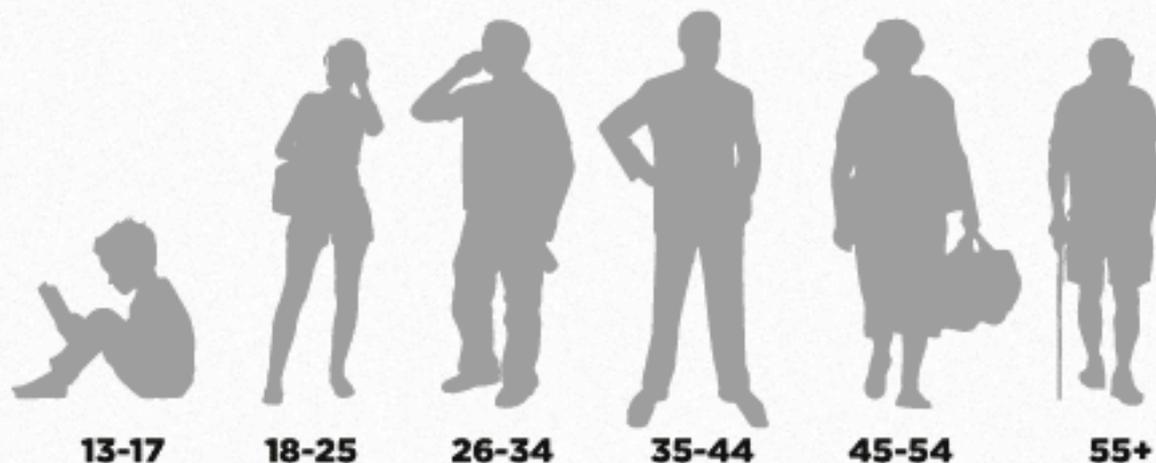
Pinterest

Time Spend by Average Social networking user per month

uno spreco
di bit!



Age Demographics of Social Networking Users



	13-17	18-25	26-34	35-44	45-54	55+
facebook	11%	29%	23%	18%	12%	7%
twitter	4%	13%	30%	27%	17%	9%
Google+	9%	23%	35%	15%	11%	7%
Linked in	0%	18.1%	31.2%	24.8%	15%	10.5%
Pinterest	3%	6%	28%	28%	25%	11%

QUALE SPAZIO CREA PIÙ OPINIONE TRA PERSONE?

Votate!

- TV e testimonial influenti
- Facebook e altri social network
- Giornali
- Bar



SOCIAL MEDIA: DEFINIZIONE



Termine che viene utilizzato per definire diverse attività che integrano tre elementi:

1. Tecnologia
2. Interazione sociale
3. Costruzione di parole, immagini, video e audio

I social media sono visti come “*media digitali che rendono possibile la socializzazione (nel senso di appropriazione, modifica, condivisione, redistribuzione di messaggi/contenuti) sia del trasporto che della trasformazione del messaggio*”. [Vincos]

SOCIAL MEDIA: CLASSIFICAZIONE



I social media possono essere raggruppati in due categorie:

- **Person-centered:** focalizzati sulle persone

The Facebook logo, consisting of the word 'facebook' in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

facebook®

- **Media-centered:** incentrati sul mezzo

The YouTube logo, consisting of the word 'You' in black and 'Tube' in white on a red rounded rectangle.

You Tube

COMMUNITY

I social media si basano sulla loro **capacità di sviluppare community**.

- Spazi di **aggregazione sociale**
- Condivisione di **interessi specifici**
- Interazione sociale per definire **valori e identità comuni**



CREAZIONE E FRUIZIONE DEI CONTENUTI



Concetto di **timeline** o **lifestream**:

- aggiornamento quotidiano e continuativo di informazioni
- condivisione con la rete di contatti
- flusso costante di contenuti

La vita digitale di ogni utente di un social network è vissuta in tempo reale su Internet come sequenza di post personali, fotografie, video, contenuti di interesse.

AMICIZIA E FOLLOWING

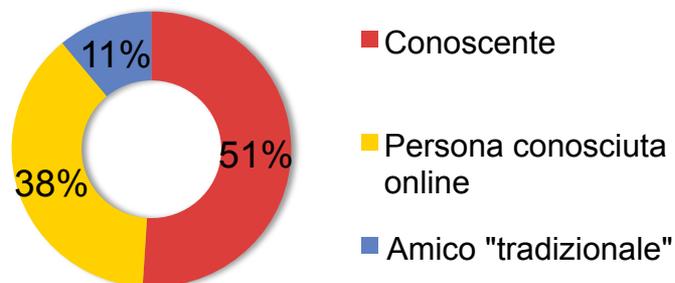
Collegamento di due entità online:

-  **Amicizia:** relazione alla pari dove entrambe le persone si accordano di entrare in collegamento
-  **Following:** possibilità di seguire gli aggiornamenti di un profilo senza essere necessariamente ricambiato

I **nativi digitali** non hanno conosciuto un mondo senza Internet.

Sono sensibili alle opinioni degli amici (e non delle pubblicità).

Definizione di “amicizia”:



ENGAGEMENT NEL SMM

Engagement = coinvolgimento attivo, ciò che consente di ottenere feedback, consigli, opinioni, ecc.

Possibilità di **stimolare** l'interazione all'interno di spazi di social networking.

Rendere **partecipe** e **coinvolgere** l'utente nelle attività del brand.

Le aziende cercano un modo per coinvolgere gli utenti e portarli all'interno dei processi aziendali.

POWER TO THE PEOPLE!



COSA SI DEVE FARE?

Socializzare!



Visitare i social network è la quarta attività più popolare online.

ASCOLTARE E RISPONDERE

Partecipare alle discussioni!



1 minuto su 8 su Internet è speso su Facebook (ricerca 2011)

INTERAGIRE

Parlare con la community!

Nicola Carmignani @nicocarmigna 18 lug
@Tre_It sto pensando di prendermi l'iPad e vorrei sapere tariffe convenienti per navigare.

3 Italia ✓ @Tre_It Segui
@nicocarmigna Puoi scegliere Ricaricabile per iPad, con Super Internet a 5€/mese per 3GB/mese o le formule abbonamento ht.ly/ckqmg
4:14 PM - 18 lug 12 da Trezzano sul Naviglio, Milan, Italy

AGGIUNTO AI PREFERITI 1 VOLTA

Ogni secondo vengono inviati oltre 750 tweet

COMUNICARE

Approfondire le tue attività professionali in un blog



The nonprofit dilemma

www.CoxAndForkum.com

Le aziende che hanno un blog hanno in media il 55% di visitatori in più sul loro sito

RACCONTARE

Storytelling con immagini e video



Un'immagine vale più di mille parole



YouTube è il secondo motore di ricerca più popolare

ESSERE PROFESSIONALE

Social network ma con un aspetto serio e professionale



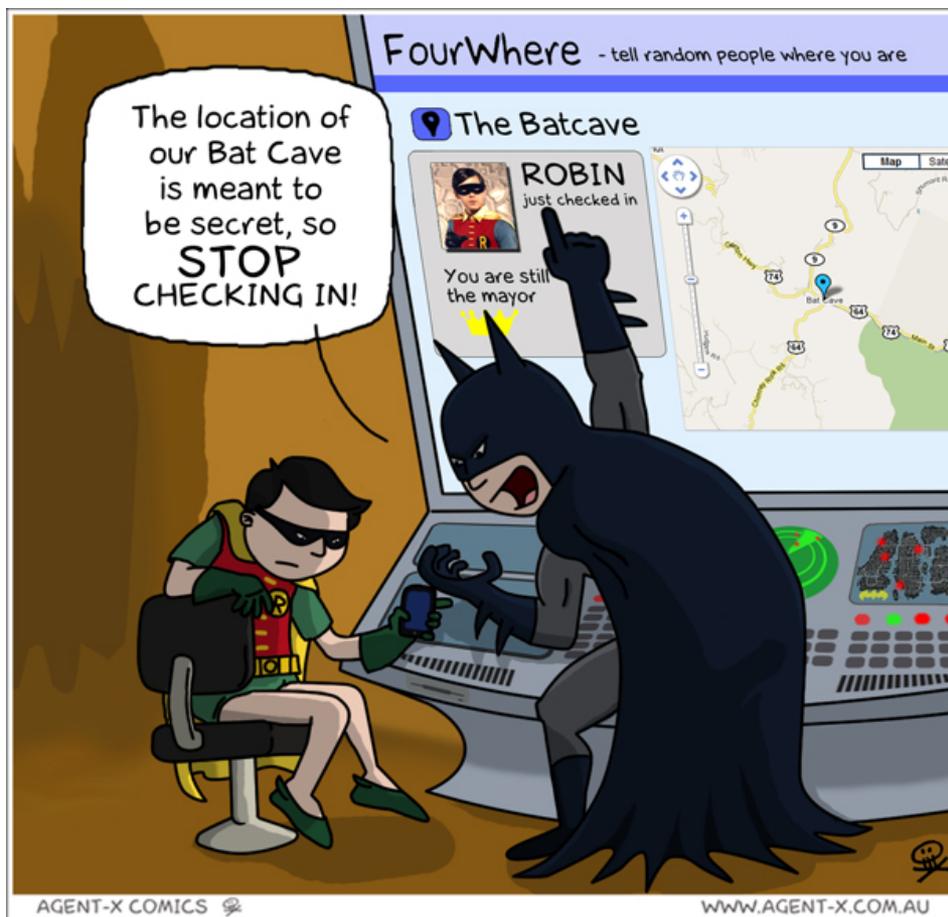
Linked ®



Il 61% degli utenti usa LinkedIn come luogo primario di networking professionale

FAR SAPERE DOVE SEI

Geolocalizza la tua attività



SORPRENDERE!



KLM Surprise

http://youtu.be/Sh-JRoY7_LU

FARE ATTENZIONE!

L'epic fail sui social media è un attimo!



Maurizio Gasparri
@gasparripdl



Fa piacere mandare a fare gli
inglesi, boriosi e coglioni

15/06/14 02:00 da Cava de' Tirreni, Salerno

SOCIAL MEDIA 2013



Welcome to the Social Media Revolution

<http://youtu.be/QUCfFcchw1w>

PAURE RICORRENTI 1: VERREMO CRITICATI

uno spreco
di bit!

- Se il prodotto/servizio non è efficace, allora sì. Ma sarete criticati anche offline
- Social Media come spazio per il confronto e per migliorare



Dash Italia
490.854 "Mi piace" · 12.821 ne parlano

Materiali di consumo per la casa
C'è chi è cresciuto con il nostro fustino, chi ci riconosce dal profumo, chi vuole solo il bianco che più bianco non si può.

Informazioni · Suggestisci una modifica

Foto · Prodotti · LA TUA FIRMA... · Idee per le ma...

490mil: **Le regole della casa**

Le regole della...

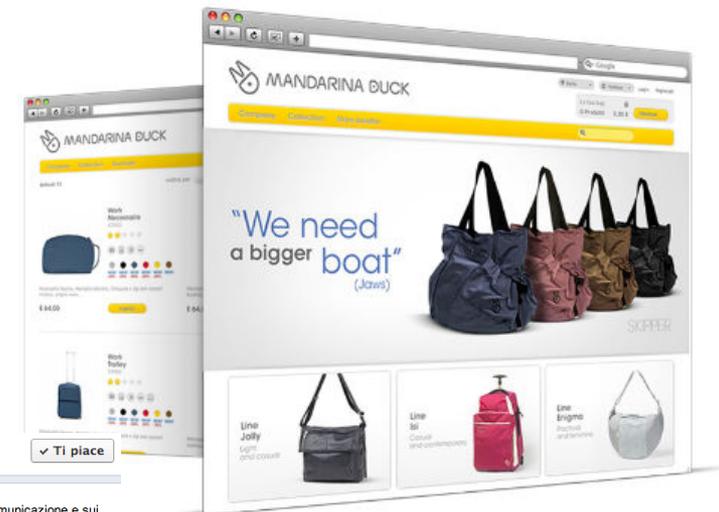
Questa pagina è costituita da Dash Italia con l'intento di creare un forum di scambio di esperienze sulle iniziative di comunicazione e sui prodotti. I contenuti creati dagli utenti non sono influenzati in alcun modo da Dash Italia.

Dash Italia non garantisce l'accuratezza delle dichiarazioni o affermazioni espresse da terzi su questa pagina, né avalla alcuna delle opinioni espresse in questa sede.

Sebbene Dash Italia non controlli ogni commento o inserzione sulla pagina di Facebook, Dash Italia si aspetta che gli utilizzatori di questa pagina non pubblichino materiale che ricada in una delle seguenti categorie:

- (a) violazione di legge e in particolare di qualsiasi diritto di proprietà;
- (b) oltraggioso, diffamatorio, o osceno;
- (c) fraudolento, ingannevole o fuorviante;
- (d) offensivo o volgare;
- (e) che arrechi disturbo agli altri utenti;
- (f) che contenga link a immagini o contenuti violenti;
- (g) che sia spam o palesemente fuori argomento.

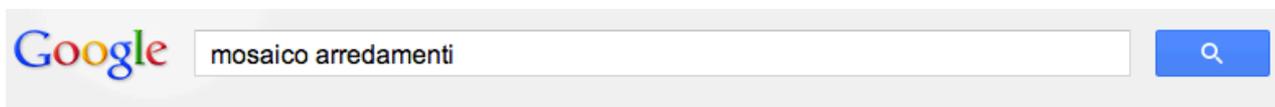
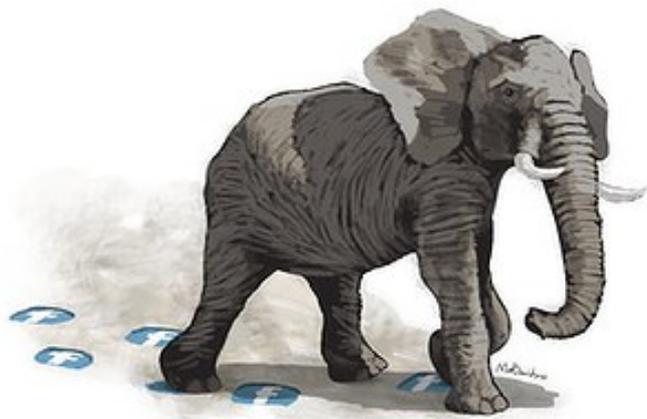
Nel caso in cui venga pubblicato materiale avente simili contenuti, Dash Italia si riserva il diritto di rimuoverlo immediatamente, bloccare l'utente responsabile e intraprendere ogni altra azione ritenuta eventualmente necessaria.



PAURE RICORRENTI 2: INTERNET NON DIMENTICA



- Vero! Ma le persone dimenticano e hanno la capacità di capire e perdonare



Circa 217.000 risultati (0,10 secondi)

I cookie ci aiutano a fornire i nostri servizi. Utilizzando tali servizi, accetti il nostro utilizzo dei cookie.

[OK](#) [Ulteriori informazioni](#)

[Mosaico Arredamenti e la peggior Crisis Management della Storia ...](#)
[www.manuelpratizzoli.it](#) > Featured

Mosaico – Sistemi di **Arredamento S.r.l.**, che – in lingua Apache – significa “Coloro che hanno capito come funzionano Internet e la libertà di espressione” ...

[Il Mosaico - sistemi di Arredamento](#)

[www.mosaicointernational.it/](#)

Sistemi di **arredamento**, cucine, camere, camerette, salotti, soggiorni, serramenti: la nostra squadra di esperti architetti, arredatori, geometri, consulenti vi ...

[Il Mosaico Arredamenti... Che fregatura! | discussioni in corso nella ...](#)
[it.blogbabel.com](#) > Discussioni

Il Mosaico Arredamenti... Che fregatura! Mentre arredavo casa assieme alla mia futura moglie ci siamo imbattuti visitando una fiera nella ditta Mosaico di ...

[Mosaico Arredamenti contro Sergio Samari, un'assurdità italiana ...](#)
[www.giovy.it/.../mosaico-arredamenti-contro-sergio-sarnari-unassurd...](#)

11/giu/2008 – ed il suo post di qualche mese fa, in cui raccontava le sue disavventure con una ditta di **arredamenti** (la “**Il Mosaico**” di Castelbellino), mi era ...

PAURE RICORRENTI 3: IL NOSTRO PUBBLICO NON È SOCIAL

- Allora non hai un pubblico!
- Le persone dedicano sempre più tempo ai social
- Il consumatore di domani (o già di oggi) è un nativo digitale: al di sotto dei 20 anni, molto attivo sui social, immune alle pubblicità tradizionali

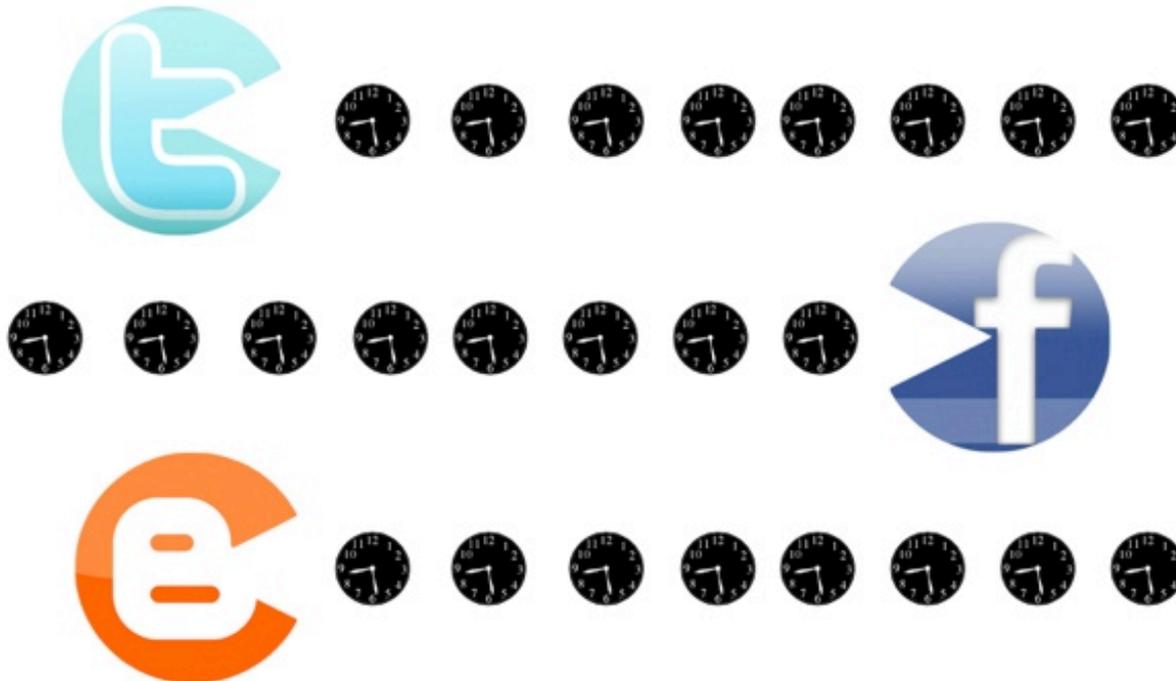


facebook

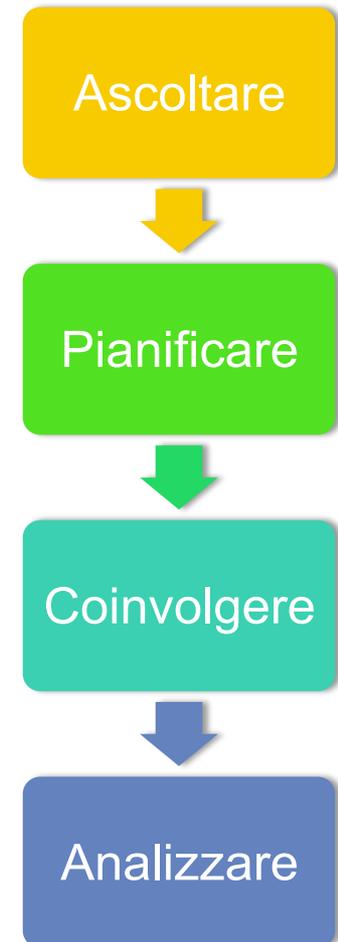
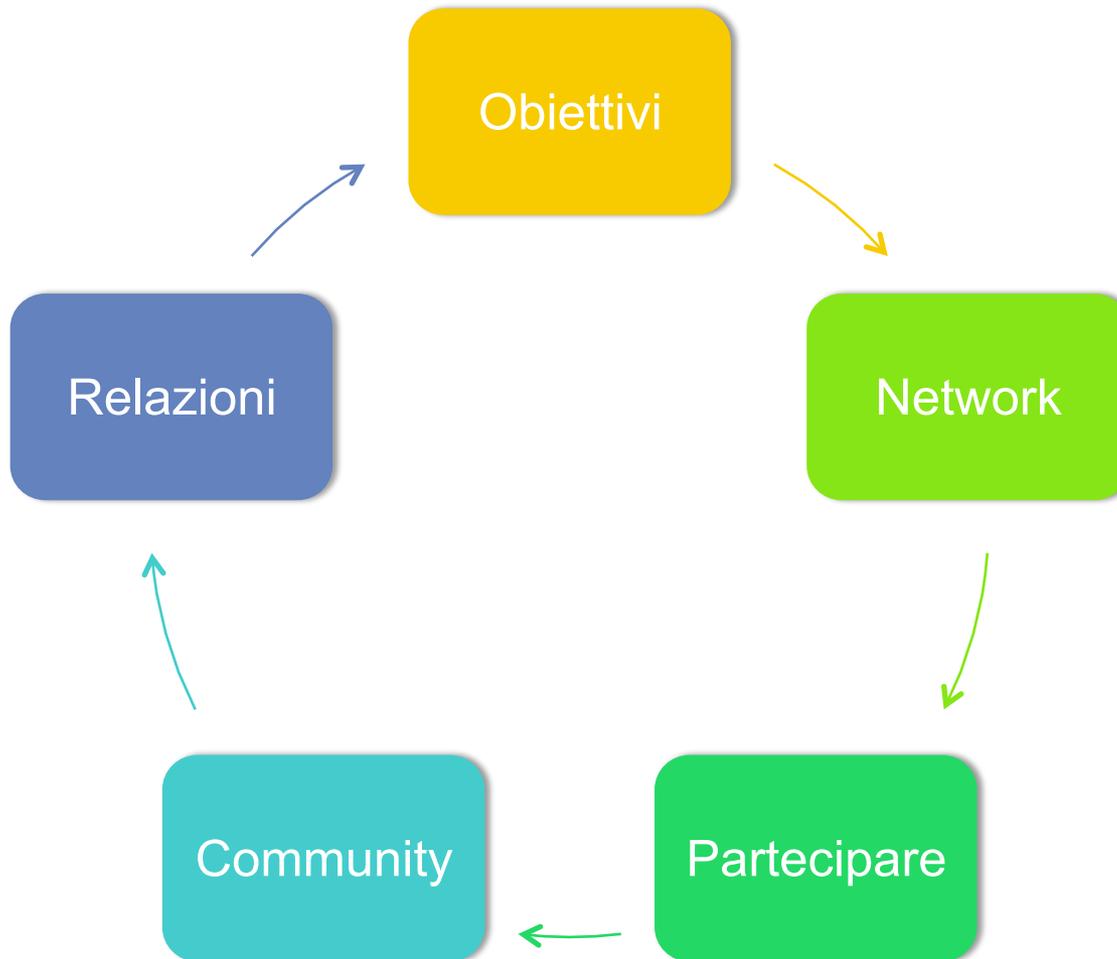


PAURE RICORRENTI 4: NON ABBIAMO TEMPO PER I SOCIAL

- Non hai tempo per le persone o non hai capito l'importanza?
- Con un'attività pianificata e programmata, è richiesto meno tempo di quanto si creda



STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA MARKETING



OBIETTIVI

- Identifica gli obiettivi che vuoi raggiungere (prima ancora degli strumenti)

Quali sono gli obiettivi che voglio raggiungere?

- Il servizio/prodotto che offri è la base di tutto

Qual è il mio valore aggiunto?

- Reputation, fidelizzazione, traffico

ASCOLTO

- Ascoltare la rete e le opinioni su di te
- Identificare le esigenze dei propri clienti
- Trovare le fonti di informazione del proprio settore
- Sfrutta i social media per capire i bisogni dei clienti e i nuovi trend



PREVENIRE È MEGLIO CHE CURARE: ASCOLTA!

uno spreco
di bit!

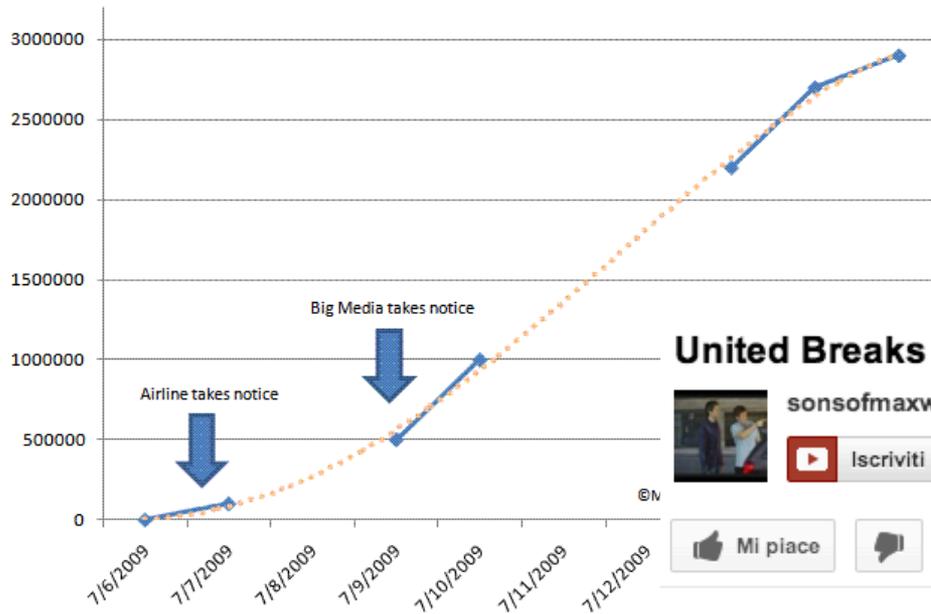


<http://youtu.be/5YGc4zOqozo>

ANCHE SE NON SEI CONNESSO ONLINE SI PARLA DI TE!



"United Breaks Guitars" views on YouTube



United Breaks Guitars



sonsofmaxwell · 18 video

Iscriviti 10.795

Mi piace

Informazioni

Condividi

Aggiungi a



12.971.988

66.366 1.342

Statistiche video

Visualizzazioni e origine delle visite

12.971.988 visualizzazioni



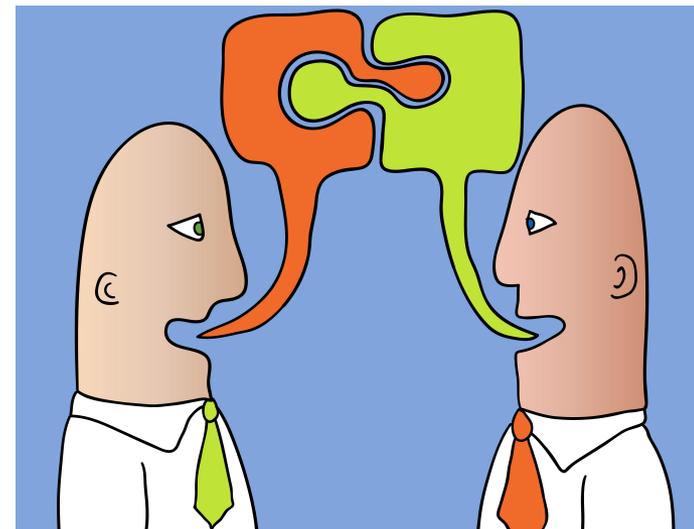
DOVE TROVARE LE INFORMAZIONI

- Blog
- Social network
- Newsgroup tematici
- Forum
- Siti di opinioni e recensioni dei consumatori
- Servizi di Microblogging
- Fonti di informazione specializzate nel proprio settore
- Giornali online
- Siti di informazione
- Pagine private
- YouTube
- Wikipedia



COINVOLGERE

- Condividi informazioni utili
- Emoziona e sorprendi
- Scrivi contenuti interessanti e coinvolgenti
- Stimola l'interazione
- Aggiorna con costanza e frequenza
- Partecipa alle discussioni su forum, gruppi, social



RACCONTA CON UN VIDEO

Videopillola #percheberto n. 5

PERCHÉ I NOSTRI DIVANI LETTO
SI POSSONO APRIRE FINO A 4500 VOLTE.

<http://youtu.be/pmbGKqcsxzo>

VIRALITÀ

uno spreco
di bit!



The Force: Volkswagen Commercial



Das Auto.

Volkswagen · 240 video



Iscriviti

61.144

57.162.185

218.058

3.799

<http://youtu.be/R55e-uHQna0>

ANALIZZARE

- Misurare l'impatto della comunicazione
- Definire le metriche qualitative e quantitative
- Analizzare i dati e come poter migliorare

Ricorda che:

- Costruire fedeltà e fiducia richiede tanto tempo
- I risultati di una strategia SMM non si hanno nel breve termine



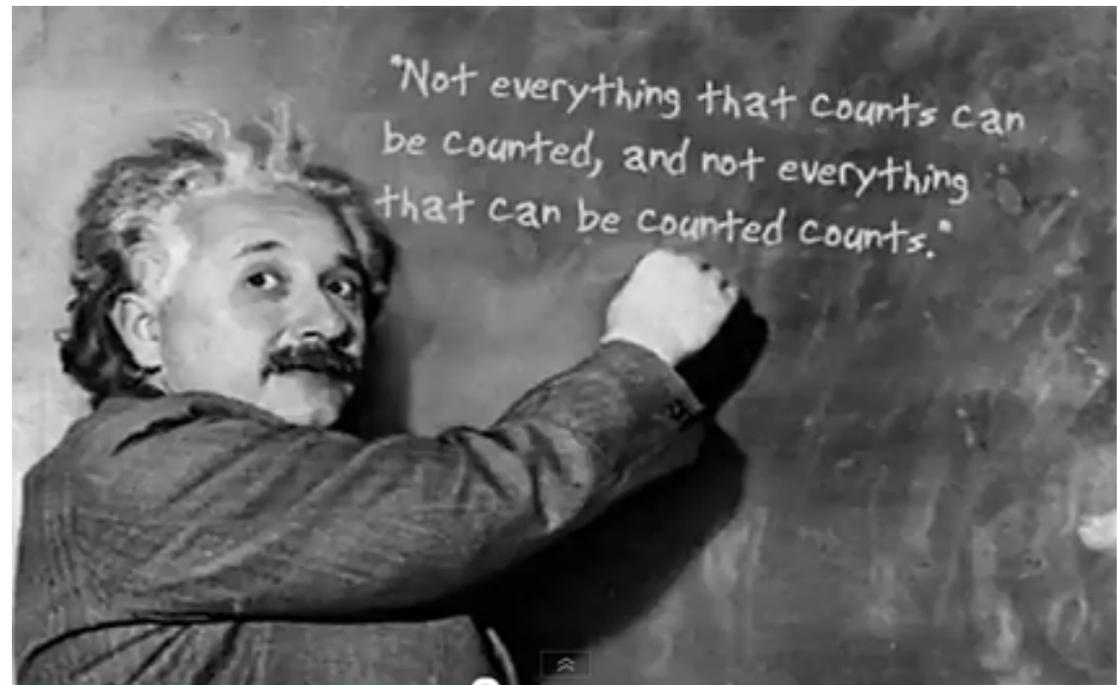
ROI: RETURN ON INVESTMENT



È difficile da calcolare perché sono metriche **qualitative** e non **quantitative**

Bisogna misurare awareness, reputation, influence, engagement, sentiment

Esistono dei fattori da tenere in considerazione



CONSIGLI

- Ascoltare
- Rispondere
- Partecipare
- Condividere
- Stupire
- Accettare le critiche
- Buon senso
- Trasparenza
- Dire la verità
- Divertitevi



CREATIVITÀ

uno spreco
di bit!



Das Auto.

Volkswagen Italia

410.524 "Mi piace" · 13.386 ne parlano

✓ Ti piace



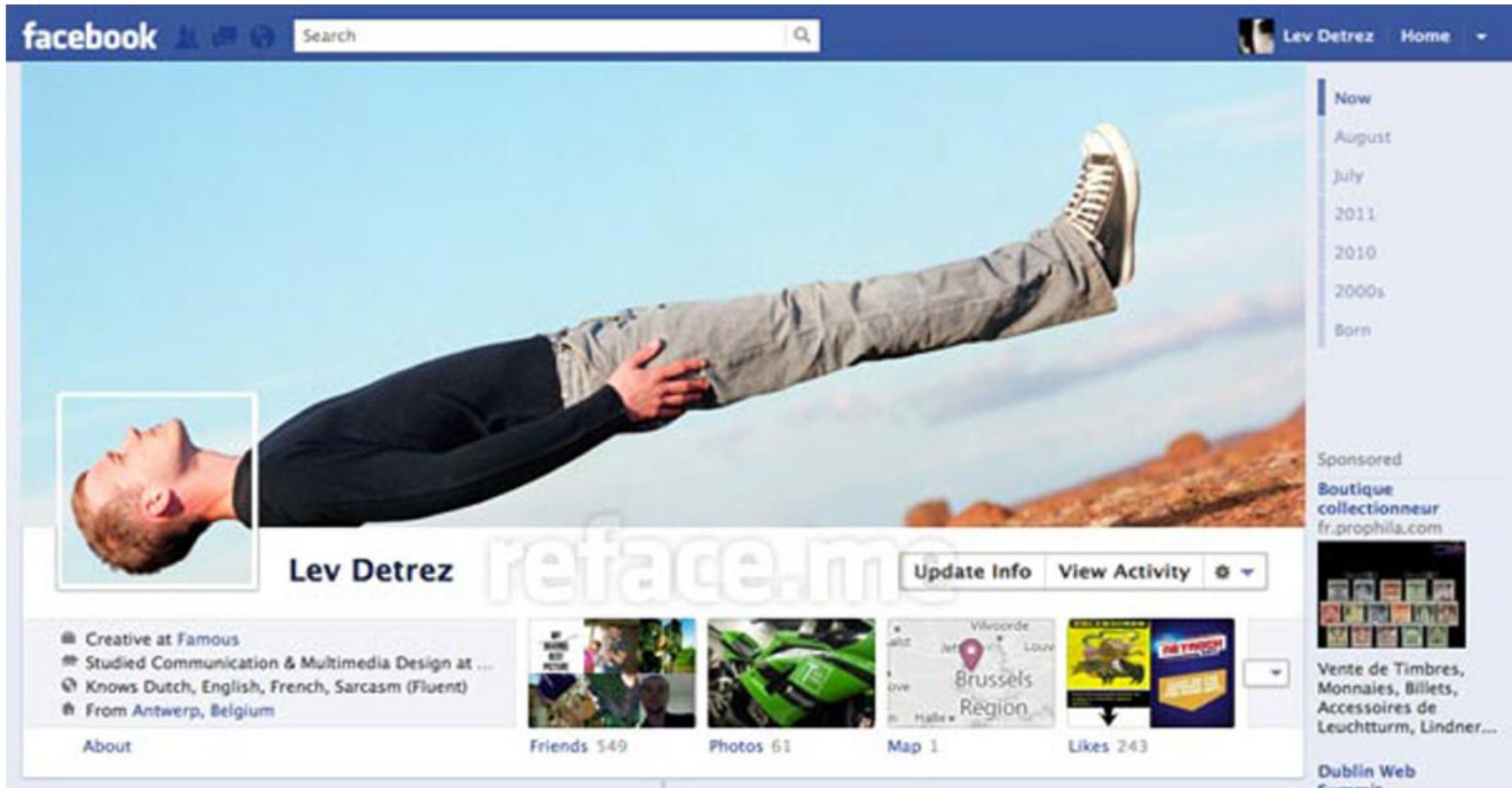
CREATIVITÀ

uno spreco
di bit!



CREATIVITÀ

uno spreco
di bit!



The image shows a screenshot of a Facebook profile for Lev Detrez. The profile picture is a man lying horizontally in the air against a blue sky, with his legs extended and feet pointing towards the right. The name 'Lev Detrez' is visible below the profile picture. The page includes a search bar at the top, a navigation menu on the right, and a section for 'About' with details about his education and location. There are also statistics for friends, photos, map, and likes.

facebook Search Lev Detrez Home

Now
August
July
2011
2010
2000s
Born

Sponsored
Boutique collectionneur
fr.prophila.com

Lev Detrez **reface.me** Update Info View Activity

About
Creative at Famous
Studied Communication & Multimedia Design at ...
Knows Dutch, English, French, Sarcasm (Fluent)
From Antwerp, Belgium

Friends 549 Photos 61 Map 1 Likes 243

Vente de Timbres, Monnaies, Billets, Accessoires de Leuchtturm, Lindner...
Dublin Web

KITKAT VS. OREO



LauraEllen

@Laura_ellenxx



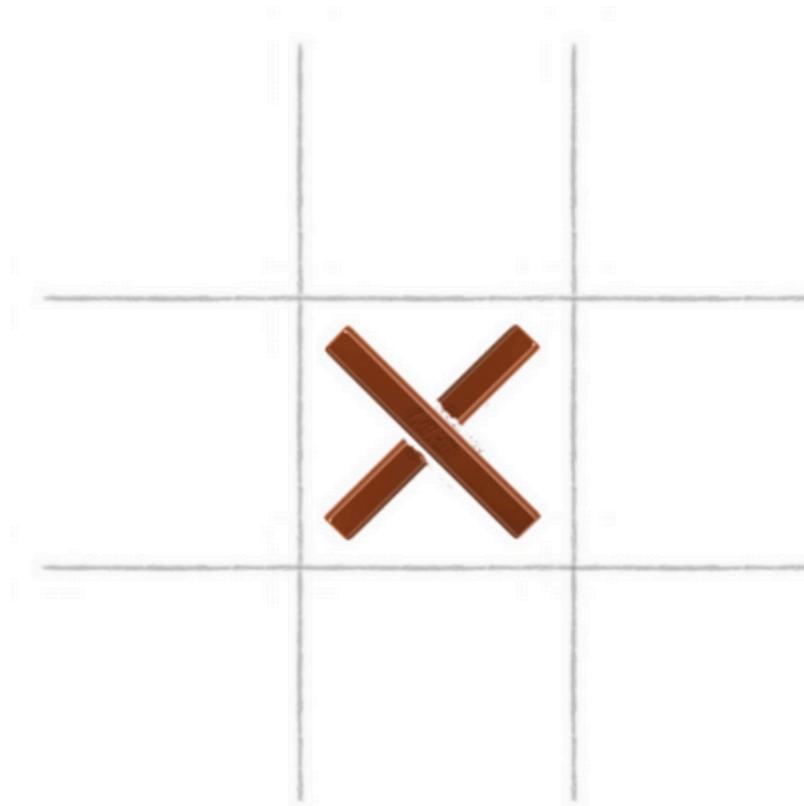
Can tell I like chocolate abit too much when I'm following
[@KITKAT](#) and [@Oreo](#) hahahahahah

10:36 PM - 11 Mar 2013

91 RETWEETS 41 FAVORITES



KITKAT VS. OREO



KITKAT ✓
@KITKAT

Follow

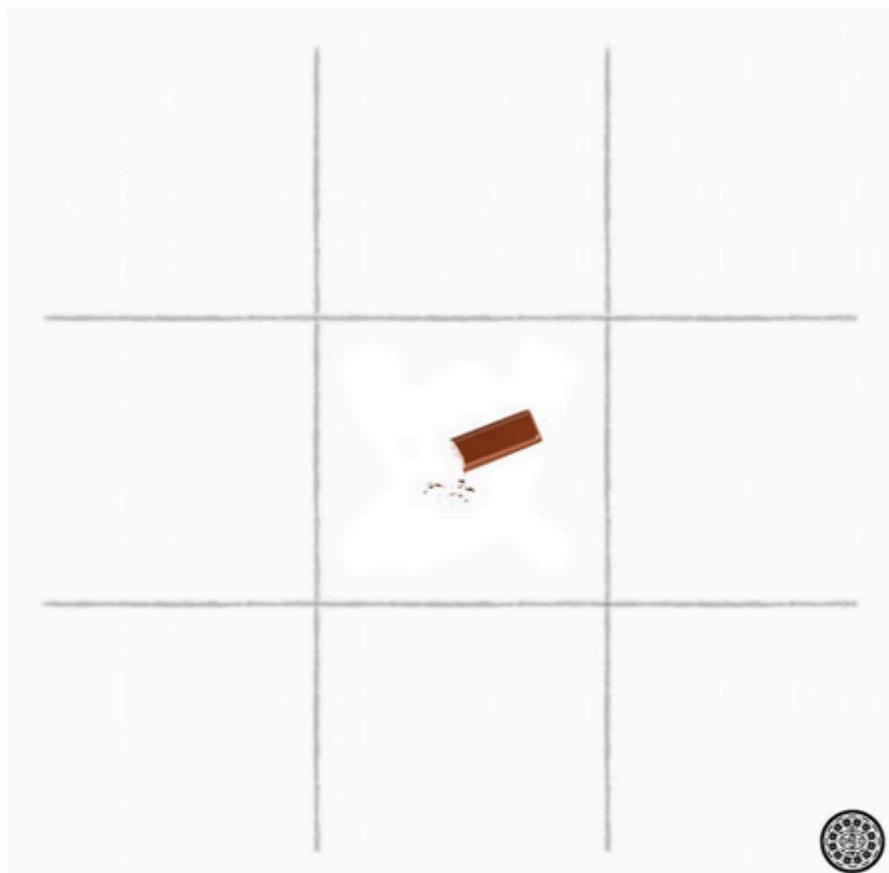
The fight for @Laura_ellenxx's affections is on. @oreo your move
[#haveabreak](#) [twitpic.com/cb1g84](#)

4:11 PM - 18 Mar 2016

330 RETWEETS 239 FAVORITES



KITKAT VS. OREO



Oreo Cookie

@Oreo

Follow

Sorry, @kitkat we couldn't resist ... #GiveOreoABreak

11:42 PM · 13 Mar 2013

429 RETWEETS 356 FAVORITES



SOCIAL MEDIA MARKETING E PMI: **VERITÀ** E BUGIE



- Non è importante aprire account aziendali su tutti i social: meglio pochi ma presidiati in modo efficace
- I social possono aiutarmi a prendere decisioni riguardo a cosa, come e dove offrire prodotti/servizi ai miei clienti
- Sui social media i numeri contano, ma fino ad un certo punto
- I social media non servono solo a far “conoscere” la mia azienda: posso pormi degli obiettivi concreti e raggiungerli
- I social media richiedono attenzione e presenza costante

SOCIAL MEDIA MARKETING E PMI: VERITÀ E **BUGIE**



- L'importante è esserci
- Per gestire i social media basta una persona giovane e che abbia un profilo su Facebook
- Basta essere sui social, non importa avere un sito web
- Il social media marketing è Facebook
- Il social media marketing è gratis...o costa poco

DOMANDE?



SOCIAL SÌ, MA CON I PIEDI PER TERRA!



Possiamo avere tutti i mezzi di comunicazioni del mondo ma niente, assolutamente niente, sostituisce lo sguardo dell'essere umano.

- Paulo Coelho

GRAZIE



facebook.com/nicocarmigna



twitter.com/nicocarmigna



linkedin.com/in/nicolacarmignani



instagram.com/nicolacarmignani



gplus.to/nicolacarmignani



pinterest.com/nicocarmigna



www.nicolacarmignani.it

