

Social Media & Content Marketing: un binomio vincente per generare opportunità di business

- Giovedì 14 Settembre 2017 -



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

MASHUB

Open Innovation in Digital Communication

Open Innovation

Un modello di innovazione secondo il quale le imprese, per creare più valore e competere meglio sul mercato, non possono basarsi soltanto su idee e risorse interne ma hanno il dovere di ricorrere anche a strumenti e competenze che arrivano dall'esterno, in particolare da startup, università, istituti di ricerca, fornitori, inventori, consulenti, etc.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

MASHUB

Open Innovation in Digital Communication

STEFANO SALADINO

Twitter: @saladinostefano

www.linkedin.com/in/stefanosaladino

facebook.com/stefano.saladino

info@stefanosaladino.it



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB



ASSEPRIM

FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

I settori rappresentati da Asseprim sono:

SERVIZI FINANZIARI
E ASSICURATIVI

CONSULENZA
AZIENDALE

RISORSE UMANE

RICERCHE DI
MERCATO

MARKETING,
COMUNICAZIONE,
EVENTI

AUDIOVISIVO

Ed ogni altro servizio professionale a valore aggiunto
ad elevato contenuto di competenze.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

SERVIZI AI SOCI



RAPPRESENTANZA

- Istituzionale
- Sindacale in materia di lavoro
- Sull'indirizzo delle attività legislative



CORSI DI FORMAZIONE e WEBINAR



RICERCHE e STUDI

- Osservatorio economico sui servizi professionali all'impresa
- Sondaggi e indagini di mercato
- Studi Confcommercio



INIZIATIVE EDITORIALI



NEWS

- Contratti e lavoro
- Novità legislative
- Fisco e contributi
- Osservatorio economico



BANDI, CONVENZIONI e FINANZIAMENTI



EVENTI e WORKSHOP



NETWORKING



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

EVENTI, WORKSHOP e WEBINAR

Iniziative per conoscere, chiarire, formare e orientare



FINANZA, PROGRAMMAZIONE e CONTROLLO DI GESTIONE

- L'andamento economico degli ultimi anni e le implicazioni per il mondo del credito;
- Le criticità per finanziare lo sviluppo delle piccole e medie imprese;
- I nuovi strumenti a disposizione ed i benefici;
- Capitali per lo sviluppo: minibond, private equity, quotazione;



ASSET INTANGIBILI

- Concorrenza sleale e comportamenti imitativi;
- Sponsorizzazioni e nuove forme di business nel web;
- Diritti derivati: dal licensing al merchandising;
- Marchi, Brevetti, Diritti d'autore;
- Innovazioni digitali: software, banche dati;
- Privacy e nuovi obblighi;
- Reputazione aziendale nel web;
- Talento e Soft Skills;



DIGITAL MARKETING

Content Marketing, Content Marketing Strategy, Digital Writing, Video Marketing, Animation Marketing, Social Media Marketing, Social Media Content, Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn



WEBINAR



WORKSHOPS



EVENTI



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

INIZIATIVE EDITORIALI



Sfoggia la versione digitale su WWW.ASSEPRIM.IT



non ho nessuno scopo e sono felice



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

non ho nessuno, scopo e sono felice



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

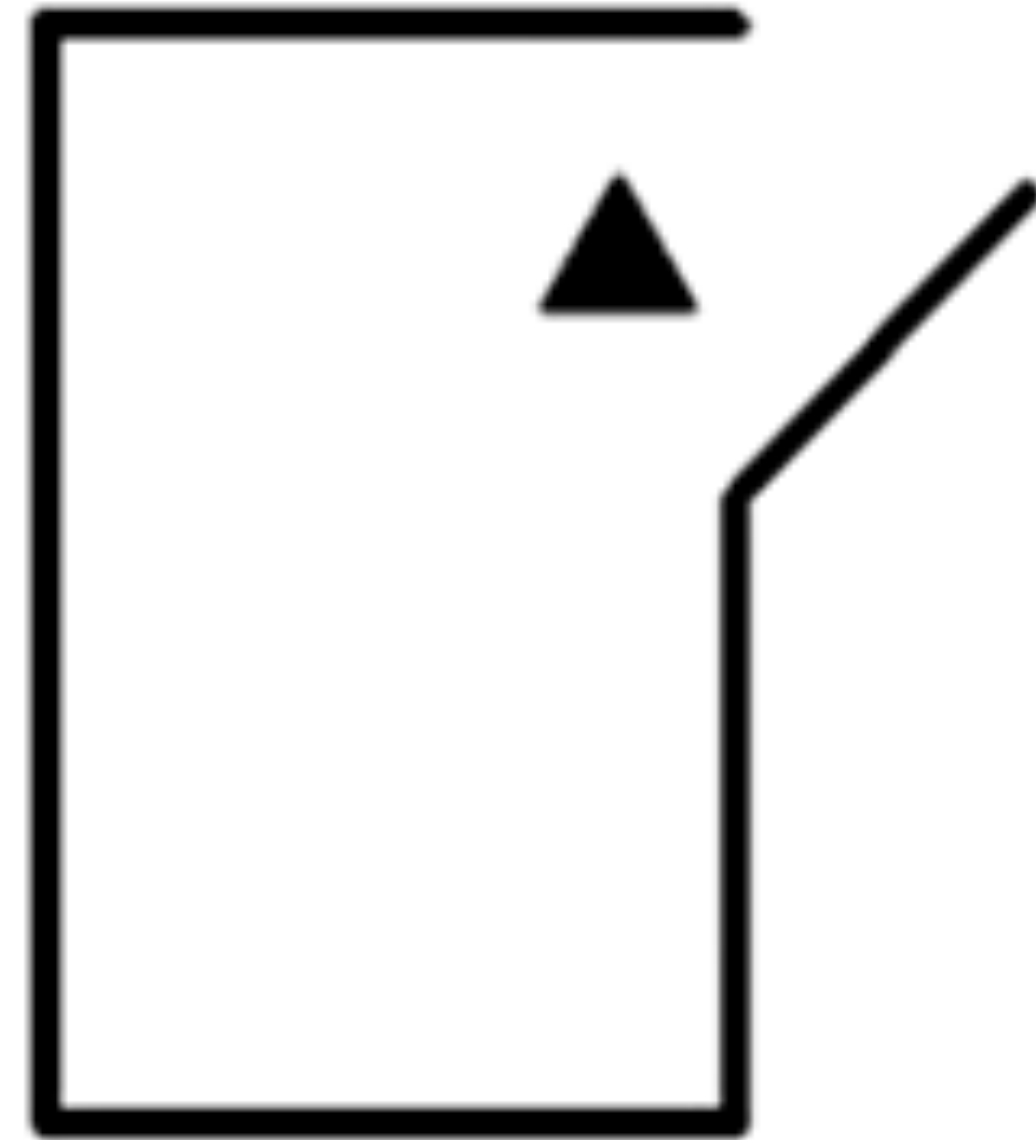
non ho nessuno scopo e sono felice
non ho nessuno, scopo e sono felice



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Cosa avete visto?



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Nel 1944 gli psicologi Fritz Heider e Marianne Simmel condussero un'esperimento, mostrando a 34 soggetti questo video

Nel '44 solo uno dei soggetti del test rispose: "una serie di forme geometriche che si muovono su un piano bidimensionale". Tutti gli altri attribuirono una personalità alle figure e costruirono elaborate storie per spiegare il significato di quello che avevano visto.

In sintesi molti conclusero che il cerchio e il piccolo triangolo erano innamorati, e che il triangolo grigio "cattivo" stava cercando di danneggiare o rapire il cerchio e solo dopo un'aspra lotta tra i due triangoli finalmente il cerchio e il piccolo triangolo si abbracciarono e fuggirono felici.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

La gente tende a spiegare le cose
attraverso le storie



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Il cervello umano è cablato
per rispondere alle storie.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

I ricercatori hanno scoperto che quando si sta ascoltando una lezione di classe noiosa o si legge una lista puntata in un blog, le uniche parti del cervello che si attivano sono i centri di elaborazione del linguaggio.

Ma quando si ascolta una storia, improvvisamente un mucchio di altre parti del cervello vengono ad essere coinvolte.

Se la storia ha molta azione si accende la corteccia motoria del cervello.

Se la storia descrive il modo in cui qualcosa appare o profuma si attiva la corteccia sensoriale del cervello.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Tecniche di Storytelling

Story Telling: “Narrare un racconto”

Nella comunicazione è l'attività di narrare per comunicare pensieri, emozioni, esperienze o più in generale messaggi, a degli ascoltatori, tramite un **processo di immedesimazione.**



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

Per raccontare una storia che possa affascinare e fidelizzare il tuo pubblico in modo da poter raggiungere anche obiettivi di conversioni e di vendite, bisogna conoscere gli strumenti fondamentali dello storytelling.

Alcune guidelines:

- 1) **semplicità**: le storie più potenti sono sempre le più semplici
- 2) **identificazione**: le storie migliori sono quelle in cui l'eroe è il lettore stesso, cioè riesce a identificarsi pienamente nella situazione
- 3) **emozione**: le storie più memorabili sono quelle che attivano emozioni profonde e ancestrali: amore, paura, vita, morte
- 4) **immaginazione**: una buona storia deve lasciare uno spazio di libera interpretazione, costruzione di senso e stimolare nuove connessioni nella mente del pubblico
- 5) **struttura**: introduzione, crescita, climax, decrescita e risoluzione. Attraverso di essi la storia si arricchisce di tensione, di dettagli incalzanti fino al culmine, la parte più emozionante, che non per forza deve essere nel mezzo della storia.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

Pensate al vostro ultimo acquisto

E' stata la Regione ad orientare la vostra decisione di acquisto?



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Gli studi di Neuromarketing, la disciplina che ci permette di capire quali meccanismi agiscono sui processi mentali e decisionali, ci raccontano un'altra storia.

Le nostre scelte non sono per niente razionali, ma piuttosto il risultato di **esperienze emozionali**.

In pratica nell'acquisto di prodotti e servizi **scegliamo con il cuore** e poi tendiamo a giustificare la nostra scelta con la logica.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

95%

delle nostre decisioni di acquisto hanno luogo al livello subconscio, cioè sono guidate da fattori e meccanismi di tipo irrazionale.

Le emozioni non disturbano il processo decisionale, ma fungono da guida.

Le ricerche hanno dimostrato che non siamo macchine pensanti che si emozionano, ma macchine emotive che pensano.

Vincenzo Russo, professore di Psicologia dei consumi della Iulm di Milano



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Dallo Storytelling al Content Marketing



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Content Marketing

Un approccio strategico al marketing focalizzato sulla **creazione e distribuzione** di contenuti di valore, **rilevanti** e **coerenti**, collocati in uno o più **contenitori** e destinati ad essere **consumati** da un determinato **pubblico ben definito**, finalizzato ad **attrarre e mantenere** e a **guidare** un'**azione definita** da parte dei clienti.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

dunque....

un contenuto può essere declinato in molte forme,
ma può essere considerato adatto al marketing
se, e solo se, è pensato per **generare un'azione
remunerativa da parte dei suoi destinatari.**



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

#pubblico #bendefinito

Il pubblico dev'essere ben definito

In altre parole si tratta di una nicchia, che è necessario individuare e circoscrivere con attenzione.

Iperspecializzazione, o individuazione di un unico micro segmento di mercato sul quale concentrare tutti gli sforzi?

Al contrario è opportuno rivolgersi con meno prodotti accuratamente definiti e selezionati a un maggior numero di piccole audience altrettanto definite e selezionate, allo scopo di spingerle con maggior efficacia verso un'azione (di richiesta di informazioni o di acquisto) precedentemente stabilita.



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

#contenitori

una storia recente?



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

#storia

1895

John Deere fonda The Furrow. La rivista esiste ancora oggi e ha una tiratura di 1.5 milioni di copie distribuite in 40 nazioni

1900

Andrè e Edouard Michelin inventano la famosa “guida rossa”, ancor oggi un paradigma per il settore dell’ospitalità

anni ‘30

Procter & Gamble comincia a produrre drammi a puntate per brand di detersivi, da cui arriva il termine soap opera



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

#storia

1941

Trasmesso il primo spot televisivo

2001

Il termine “content marketing” viene usato per la prima volta da Penton Custom Media, un’azienda di Cleveland che offre servizi di marketing

2004

Microsoft lancia il suo blog, Channel 9



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

#storia

2005

Hewlett Packard promuove il suo prodotto Live Vault attraverso un video in cui recita John Cleese (membro del gruppo comico Monty Python).
È il primo video virale

2008

Esce “Get content, get customers” di Joe Pulizzi e Newt Barrett,
il primo libro sul content marketing

2011

Il 25% dei budget di marketing negli Stati Uniti
viene speso per finanziare operazioni di content marketing.

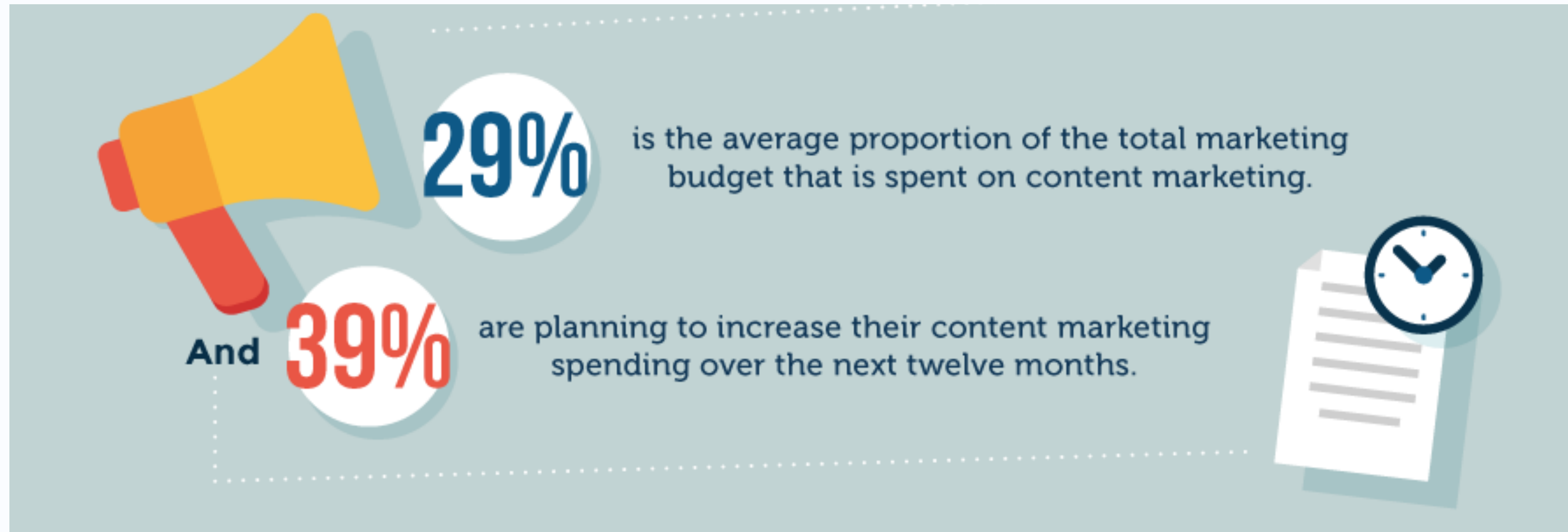


ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

#storia



Infografica 2017

<http://www.socialmediatoday.com/social-business/b2b-content-marketing-trends-2017-infographic>



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

#contenitori



JAN
2017

GLOBAL DIGITAL SNAPSHOT

KEY STATISTICAL INDICATORS FOR THE WORLD'S INTERNET, MOBILE, AND SOCIAL MEDIA USERS

TOTAL
POPULATION



7.476
BILLION

URBANISATION:
54%

INTERNET
USERS



3.773
BILLION

PENETRATION:
50%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



2.789
BILLION

PENETRATION:
37%

MOBILE
SUBSCRIPTIONS



8.047
BILLION

vs. POPULATION:
108%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



2.549
BILLION

PENETRATION:
34%



we
are
social



we
are
social

6

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; U.S. CENSUS BUREAU; INTERNET: INTERNETWORLDSTATS; ITU; INTERNETLIVESTATS; CIA WORLD FACTBOOK; FACEBOOK; NATIONAL REGULATORY AUTHORITIES; SOCIAL MEDIA AND MOBILE SOCIAL MEDIA: FACEBOOK; TENCENT; VKONTAKTE; LIVEINTERNET.RU; KAKAO; NAVER; NIKI AGHAEI; CAFEBAZAR.IR; SIMILARWEB; DING; EXTRAPOLATION OF INS DATA; MOBILE: GSMA INTELLIGENCE; EXTRAPOLATION OF EMARKETER AND ERICSSON DATA.



Hootsuite™

we
are
social



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

dgh DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

JAN
2017

ITALY

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS

Trova

italy

Precedente

Avanti

TOTAL
POPULATION



59.80
MILLION

URBANISATION:

69%

INTERNET
USERS



39.21
MILLION

PENETRATION:

66%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



31.00
MILLION

PENETRATION:

52%

MOBILE
SUBSCRIPTIONS



76.74
MILLION

vs. POPULATION:

128%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



28.00
MILLION

PENETRATION:

47%

we
are
social



we
are
social



110

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; U.S. CENSUS BUREAU; INTERNET: INTERNETWORLDSTATS; ITU; INTERNETLIVESTATS; CIA WORLD FACTBOOK; FACEBOOK; NATIONAL REGULATORY AUTHORITIES; SOCIAL MEDIA AND MOBILE SOCIAL MEDIA: FACEBOOK; TENCENT; VKONTAKTE; LIVEINTERNET.RU; KAKAO; NAVER; NIKI AGHAEI; CAFEBAZAR.IR; SIMILARWEB; DING; EXTRAPOLATION OF INS DATA; MOBILE: GSMA INTELLIGENCE; EXTRAPOLATION OF EMARKETER AND ERICSSON DATA.



Hootsuite™

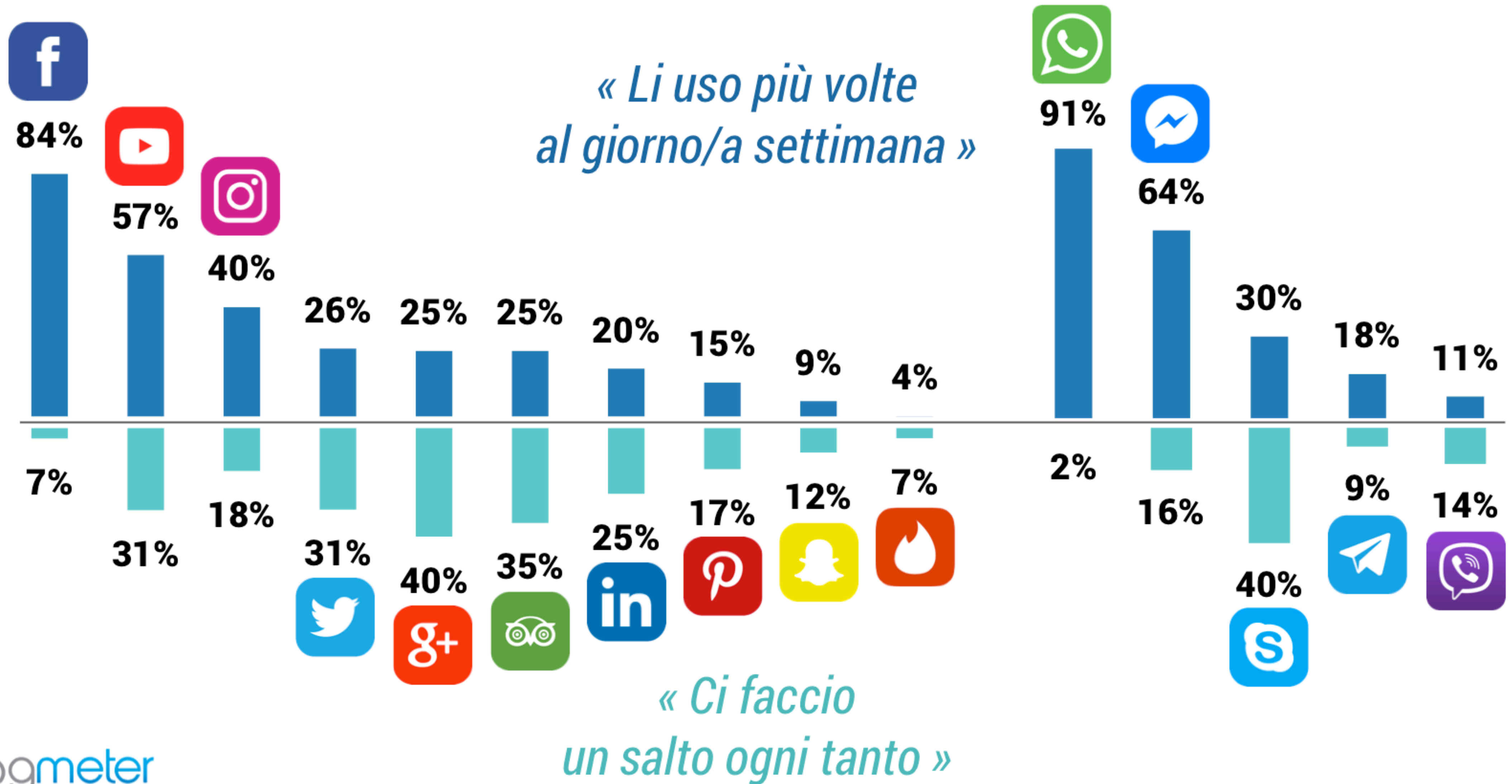
we
are
social



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

dgH DIGITAL
GROWHUB

MASHUB



#contenuti #contenitori #digital #business
#complessità #strategia #engagement
#storytelling #omnichannel #.....



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB

in ultimo...
la “filastrocca” delle 10 P



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB

Prima Pensa
Poi Parla
Perché
Parole Poco Pensate
Portano P....



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



DIGITAL
GROWHUB

MASHUB



THAT'S ALL... THANKS

STEFANO SALADINO

Twitter: @saladinostefano

www.linkedin.com/in/stefanosaladino

facebook.com/stefano.saladino

info@stefanosaladino.it



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



MASHUB