

I PRESIDI SUI SOCIAL NETWORK ANCORA PIÙ POTENTI GRAZIE ALLA CONTENT INTELLIGENCE

Luca La Mesa

@LucaLaMesa 

**COME STA CAMBIANDO
IL MODO DI COMUNICARE?**





Come avete saputo dei terribili eventi del 9/11?

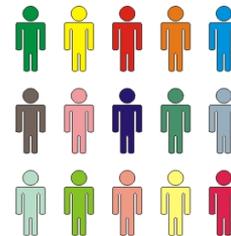




Come avete saputo dei terribili eventi del 9/11?



Passaparola...



STA CAMBIANDO IL MODO DI COMUNICARE

PHOTOS: THE RISE OF MOBILE PHONES FROM 1916 TO TODAY

A photograph showing a woman in an orange shirt and dark pants sitting on a bicycle, talking on a mobile phone. She is positioned in front of a metal fence. In the background, the New York City skyline is visible, with thick black smoke billowing from the World Trade Center towers. The sky is overcast and grey.

Nicholas Goldberg—Gamma-Rapho/Getty Images

2001 A woman watches smoke pour out of the World Trade Center Towers in New York on September 11.

SHARE 9 of 13

Una donna al telefono l'11 Settembre 2001



**Come avete saputo
degli attacchi di Parigi?**





Cosa è cambiato in questi 17 anni?



A close-up photograph of a woman with dark hair, smiling warmly as she looks at a baby. The baby, who has bright blue eyes, is holding a smartphone in their hands and looking directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus white. A semi-transparent white box with a thin blue border is positioned on the left side of the image, containing the text.

**SIAMO DIVENTATI TUTTI
CREATORI DI CONTENUTI**

IN QUESTI ANNI ABBIAMO ASSISTITO AD UNA GRANDE DIFFUSIONE DELLA TECNOLOGIA E DELLE PIATTAFORME DI DISTRIBUZIONE DI CONTENUTI

PRODUZIONE di Contenuti

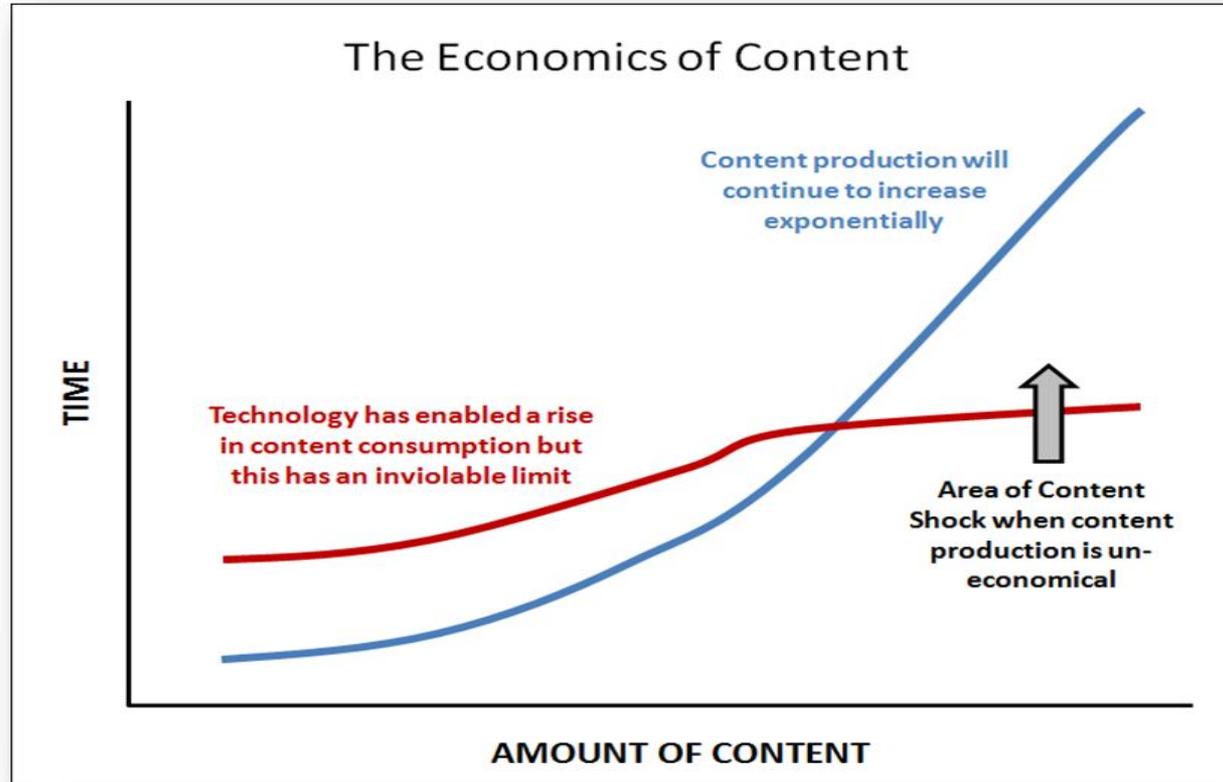


Tecnologia Abilitante
(alla portata di tutti)

DISTRIBUZIONE di Contenuti



MA CIÒ NON È NECESSARIAMENTE UN BENE

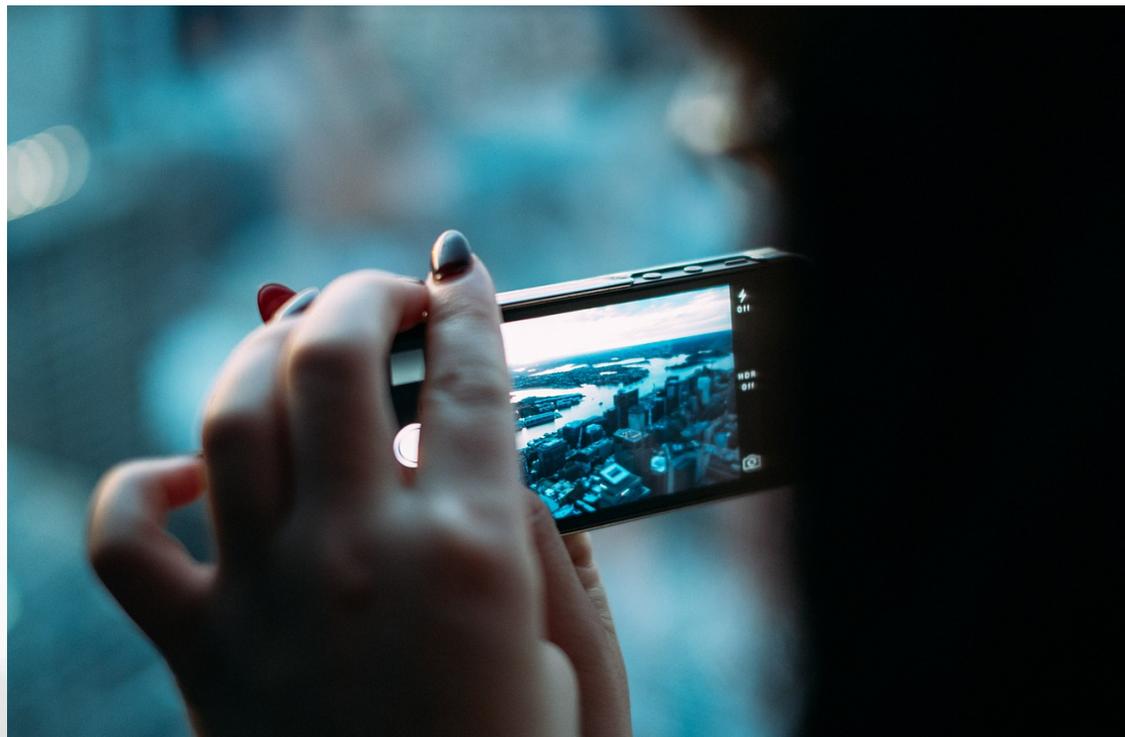


CRESCITA ESPONENZIALE DI CONTENUTI GENERATI DAGLI UTENTI

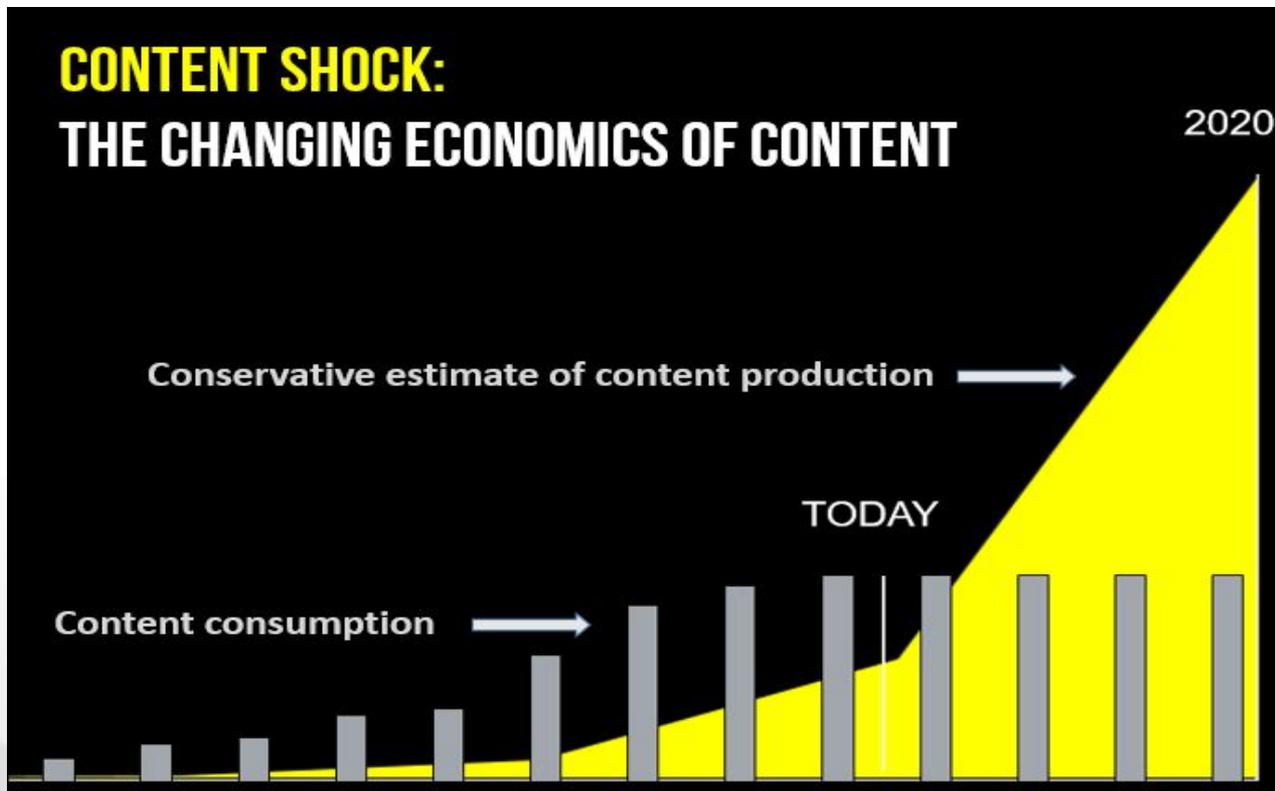
Nel 2020, si prevede che la gente di ogni angolo del Mondo scatterà più di **1.3 trilioni di foto**, la maggior parte da smartphone.

+300% rispetto al 2010!!!

Buona parte di queste immagini verranno condivise sui Social Media.



STIAMO PER RAGGIUNGERE IL «CONTENT SHOCK»





QUALITY **QUANTITY**

IL FUTURO DEI
CONTENUTI SUI
SOCIAL MEDIA
PUÒ SOLO ESSERE
NELLA «**QUALITÀ**»
DEI CONTENUTI

LA PRIMA «PILLOLA»
DI STRATEGIA PER I
SOCIAL MEDIA È
IMPEGNARSI A
PUBBLICARE MENO
SPESSO MA
CONTENUTI DI
QUALITÀ MAGGIORE

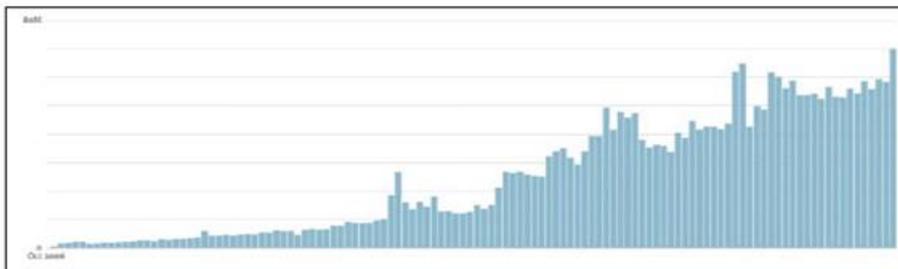
LESS IS MORE

CIÒ È VERO NON SOLO SUI SOCIAL: ANALISI SUI BLOG IN WORDPRESS (70.000.000 POST AL MESE)

Marketers are publishing 800% more but engagement has declined by 89% says @trackmaven via @steverayson. [CLICK TO TWEET](#)

In our own 2016 survey, we found that 50% of content published by the 95 top B2B sites received 106 shares or fewer. When we looked at another 100 B2B sites we found that 50% of the content received 22 shares or less.

The difficulty of generating social engagement is compounded by **content growth** and increasing volume of content competing for attention. Below is the growth in monthly blog posts published on WordPress over the last 10 years. Over 70 million blog posts are published each month on WordPress alone.



GRANDE DIFFUSIONE DELLA TECNOLOGIA

Viviamo e condividiamo
attraverso gli
smartphone le
esperienze più
importanti della nostra
vita



MA DOVE USIAMO I CONTENT?

1. **SOCIAL MEDIA** → AWARENESS E LEAD
 2. **OWNED CHANNELS** → CUSTOMER RETENTION
- 

SELFIE IN PASSERELLA





**...E STA SUCCEDENDO
IN OGNI AMBIENTE...**



COSA NOTATE DI STRANO IN QUESTA FOTO?



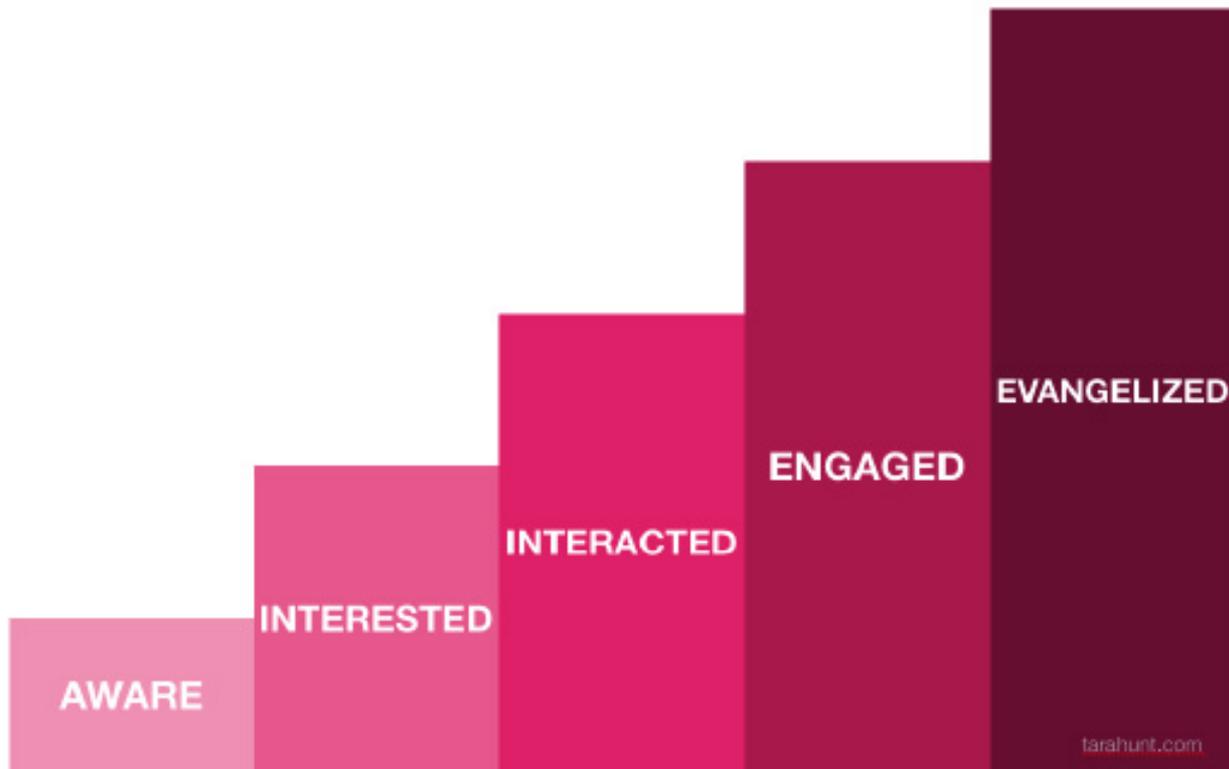
DA GRANDI
TECNOLOGIE
DERIVANO **GRANDI**
RESPONSABILITÀ



**CHE RUOLO HANNO I SOCIAL
MEDIA IN QUESTO
CAMBIAMENTO?**



I SOCIAL HANNO UN GRANDE POTENZIALE PER GENERARE AWARENESS E LEAD



Social Media Engagement Ladder

IN ALCUNI
MERCATI
PUÒ ESSERE
PIÙ FACILE

COME NELLO
SPORT E NELLA
MODA




VALENTINO



**PERCHÉ È DOVE CI SONO I VERI FAN CHE
INTERAGISCONO E VIRALIZZANO IL MESSAGGIO**

EVA CHEN LANCIA LA GUCCI HEAD CHALLENGE DOPO LA SFILATA DI GUCCI ALLA #MFW

Nella recente Milano Fashion Week, durante la presentazione della collezione Autunno/Inverno 2018-2019 di Gucci, alcuni modelli e modelle hanno sfilato con uno **strano accessorio: una riproduzione ultra-realistica delle loro teste.**



LA SFIDA DI EVA CHEN

Nella sua Instagram Story, l'influencer ha pubblicato una serie di snap mentre lei teneva sotto le sue braccia la sua stessa testa, con una didascalia che recitava così: "Per ogni persona che pubblica le sue creazioni e mi tagga, donerò \$1 ad Every Town".



UN'INIZIATIVA BENEFICA

La Gucci Head Challenge ha preso presto il via come un'iniziativa benefica, con le donazioni mirate ad una organizzazione di beneficenza che lotta per far terminare la violenza negli Stati Uniti dovuta alle armi da fuoco, un'idea che ha spinto Gucci a donare \$500,000 alla marcia anti-pistole "Our Lives" che si terrà il prossimo mese a Washington.

La Challenge sta spopolando sui social media **per il valore non convenzionale dell'attività.**

Da Anna Dello Russo a Giovanna Battaglia, passando per Coco Capitan e Yasmin Sewell, tutti si sono prestati alla sfida.

LA GUCCI HEAD CHALLENGE



MA DOVE USIAMO I CONTENT?

1. **SOCIAL MEDIA** → AWARENESS E LEAD
 2. **OWNED CHANNELS** → CUSTOMER RETENTION
- 

**CHE RUOLO HANNO I CANALI DI
PROPRIETÀ IN QUESTO
CAMBIAMENTO?**



**È FONDAMENTALE LAVORARE IN MANIERA
SINERGICA CON I PROPRI ASSET (SITO = OWNED
MEDIA) DOVE AVVENGONO LE CONVERSIONI E
DOVE SI PUÒ MONETIZZARE**



ATTENZIONE A NON ATTRIBUIRE L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE ALL'ULTIMO CLICK...



Fonte: Tom Fishburne

UNA PERSONA RACCONTA MOLTO DI SÈ PRIMA DELL'ACQUISTO:
È SUFFICIENTE ANALIZZARE GLI ARGOMENTI DEI CONTENUTI VISTI

L'IMPORTANTE È LAVORARE SULLA QUALITÀ DEI CONTENUTI E NON SOLO SU STRATEGIE PER PORTARE TRAFFICO AL SITO

Una Roma mai vista: il confronto con le altre capolista dei 5 maggiori tornei europei

www.asroma.it/it/notizie/una_roma_mai_vista/ #ASR

You've never seen Roma like this before: a comparison with the top teams of the 5 major European leagues

www.asroma.it/en

/news/youve_never_seen_roma_like_this_before/ #ASR



220

La Roma, considerando i cinque campionati più importanti d'Europa, è la squadra ad aver subito meno tiri in porta. Sostieni gli uomini di Garcia per il resto della stagione all'Olimpico, sottoscrivendo la tessera a 15 gare! <https://www.lis...> Visualizza altro

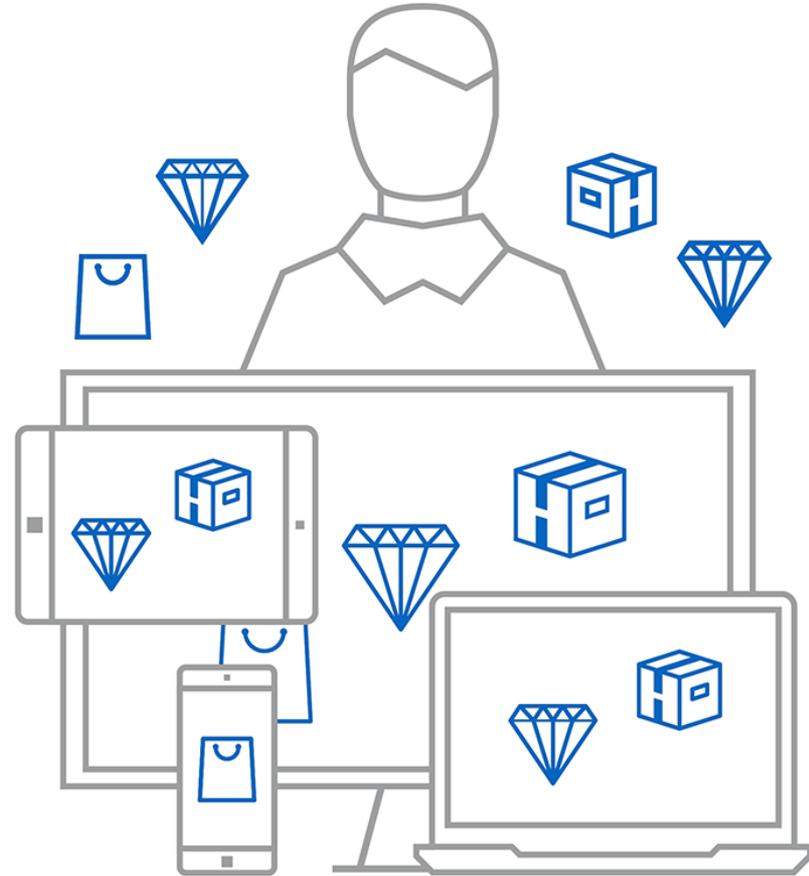


2706

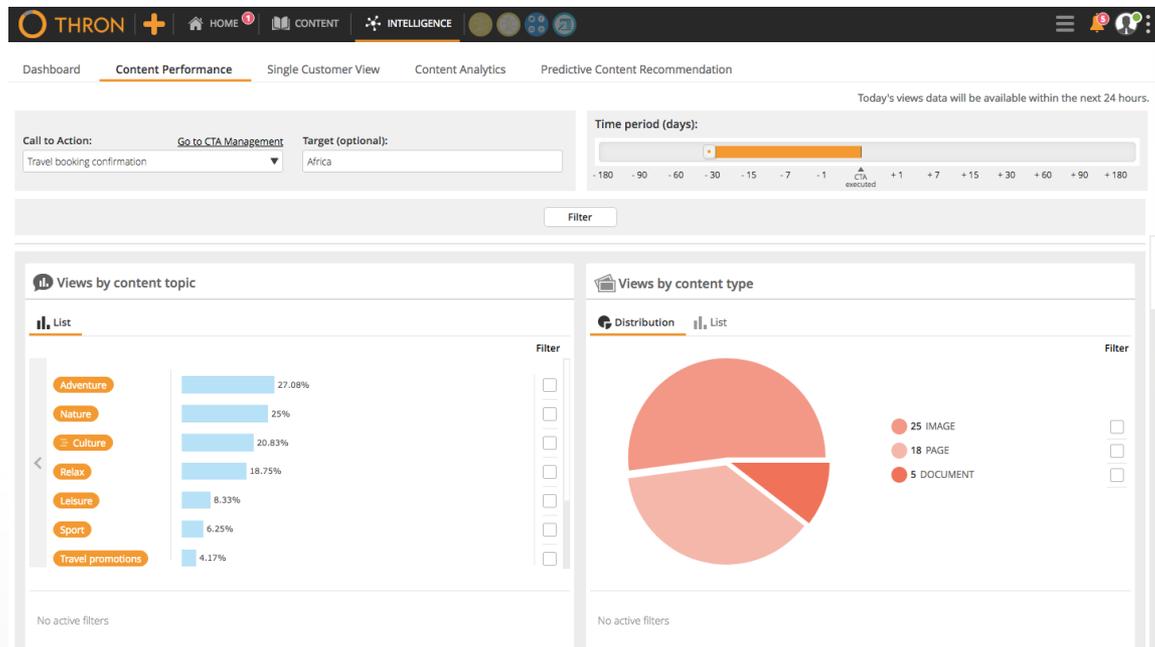
CONTENT TOPICS

=

CUSTOMER INTERESTS



**CERCANDO DI
UTILIZZARE
PIATTAFORME
SEMPRE PIÙ
EVOLUTE PER
STUDIARE
STRATEGIE ED
AZIONI
CORRETTIVE
BASATE SUI DATI
DEI CONTENUTI**



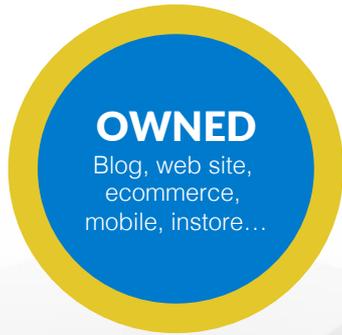
Selezionando una specifica CTA sarà possibile vedere quali sono i contenuti e gli argomenti che hanno influenzato la specifica CTA, e allo stesso tempo analizzare anche quali sono i temi di maggiore interesse a seguito della risposta alla CTA.

**NON C'È NIENTE DI MIGLIORABILE,
SE NON È MISURABILE**

DATA DRIVEN MARKETING: THE OPPORTUNITY

PRESIDI DI PROPRIETÀ

1° PARTIES DATA



Customer Interests

DATA DRIVEN MARKETING: THE OPPORTUNITY

PRESIDI DI PROPRIETÀ

1° PARTIES DATA



Customer Interests

PRESIDI NON DI PROPRIETÀ

2° PARTIES DATA



ReTargeting e ADV

3° PARTIES DATA

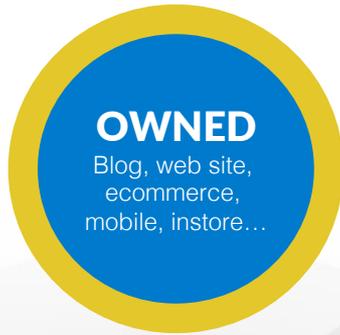


Persona's Identity

DATA DRIVEN MARKETING: THE OPPORTUNITY

PRESIDI DI PROPRIETÀ

1° PARTIES DATA



Customer Interests

PRESIDI NON DI PROPRIETÀ

2° PARTIES DATA



ReTargeting e ADV

3° PARTIES DATA



Persona's Identity

APPLICARE LA CONTENT INTELLIGENCE A UNA STRATEGIA SOCIAL SIGNIFICA:

1. **COMPRENDERE** gli argomenti di tendenza del momento
2. **IDENTIFICARE** gli interessi delle persone
3. **PERSONALIZZARE** la comunicazione e aumentarne l'engagement e la retention