



18-20
MARZO
FIERAMILANOCITY

13^a
edizione

FIERA NAZIONALE DEL CONSUMO CRITICO
E DEGLI STILI DI VITA SOSTENIBILI



Blog e Social Media **MARKETING**

Se i mercati sono conversazioni, perché non parli?
Ovvero, non essere timido e scendi nella piazza virtuale per farti vedere!

Cosa succede nel 1999 ?



Cluetrain Manifesto e le sue 95 tesi

I mercati sono **conversazioni**

I mercati sono fatti da **essere umani** e non da settori demografici

Le conversazioni tra gli umani sono **umane**

Sia che si stiano fornendo informazioni, opinioni, ragionando o esprimendo un parere contrario le **conversazioni tra gli umani sono aperte, naturali, sciolte**

Gli esseri umani si riconoscono tra loro per il «tono» della loro voce

Internet ha trasformato (=reso possibile) le conversazioni che nell'era dei mass media non erano possibili

Le corporazioni non parlano con lo stesso tono con cui si parla in queste «conversazioni» per cui le loro voci appaiono vuote, retoriche e ininfluenti alle loro audience

Le compagnie che continuano a parlare la lingua dei «pitch» , delle presentazioni commerciali, **non stanno parlando a nessuno**

Le compagnie che non hanno capito che i loro mercati sono **network di persone connesse in conversazioni** stanno perdendo una grossa opportunità

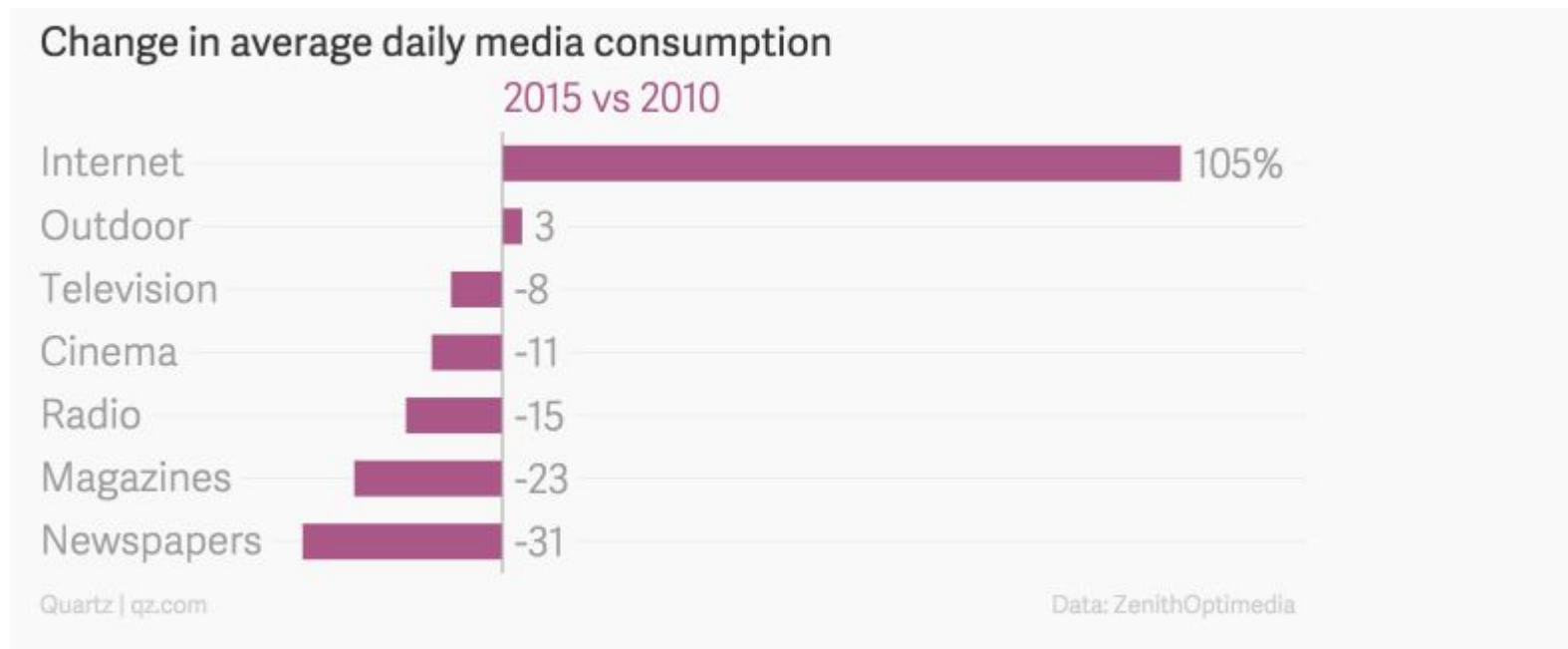
Le compagnie possono ora comunicare ai loro mercati



Un blog, perché?

- Raccontare chi sei, cosa fai e come lo fai
- Creare un luogo per le tue conversazioni
- Creare un rapporto...di fiducia
- Ascoltare (=cosa cercano i tuoi clienti)
- Trovare possibili clienti (=lead generation)
- Innovare (=cosa cercano i tuoi clienti)
- Gestire la tua reputazione
- Migliorare la tua indicizzazione (SEO=Search Engine Optimization)

105% di tempo in più su Internet (nelle conversazioni)



Un blog, ma come si fa?

- Dominio- si acquista (Namecheap.com, Domain.com)
- Hosting – si acquista (Siteground.com, Aruba.com, Register.it, etc)
- Template (Wordpress, Blogger)

•Strategia

Strategia



•Chi?

Identifica le personas

•Cosa?

Elenca i contenuti

•Come?

Trova il tuo tono

•Quando?

Decidi che tipo di impegno prenderti

Le personas



- Nome
- Cognome
- Età
- Background scolastico
- Vita familiare (sposata, single, separata, famiglia 4 elementi, etc)
- Attività lavorativa
- Ambiente lavoro
- Obiettivi professionali
- Obiettivi personali
- Competenze digitali
- Competenze informatiche
- Wishlist
- Intolleranze (non alimentari o comunque non solo)
- Gusto gelato
- Una citazione che la rappresenti
- Un film

Credits: New Old Stock

I contenuti

Valore aggiunto, cosa crea valore?

Qualcosa che risponda ai miei bisogni

- bisogni concreti (dati, fatti, istruzioni, etc)
- bisogni emotivi (condivisione, riconoscimento, etc)

Informazioni consigli commenti riassunti ma anche **emozioni**

Qualche idea?

- Questions&Answers
- Post fotografia
- Istruzioni (tutorial)
- Content Curation
- Round up/Wrap Up (fai una sintesi di un argomento)
- Post seriale

5 regole d'oro



•**Titolo** (70 caratteri)

•**Lunghezza**

(questione annosa e mai risolta con diverse scuole di pensiero)

•**Errori**

(l'ortografia, la grammatica e la sintassi non sono optional e anche se «petaloso» vi piace, l'Accademia della Crusca non l'ha ancora aggiunto, ok?)

•**Immagini** (tue o creative commons, ok?)

- ★ spezzano il flusso
- ★ Attirano
- ★ comunicano in un nano secondo
- ★ ricerca Google per immagine

•**CTA** (Call To Action)

La chicca di buon senso



KISS

Keep It Simple Stupid

- Non dare nulla per scontato
- Non usare termini tecnici, acronimi e termini in lingua straniera se non sono davvero necessari e se non sono davvero di uso comune
- Scrivere per la SEO non ti aiuterà, scrivere per la tua persona, sì!

Il tono



- la tua voce
- non può averlo detto lui/lei
- argomenti conosciuti

Quando



- varie teorie
 - ★ al mattino c'è abbastanza gente online;
 - ★ all'ora di pranzo (13-14) le attività sono quasi assenti;
 - ★ dalle 15 in poi l'attività riprende;
 - ★ al pomeriggio c'è un uso più massiccio, fino alla sera;
 - ★ da mezzanotte in poi la gente se ne va a letto.
- di notte per essere nel primo feed della giornata
- sabato & domenica
- test&learning** (pubblicare random e analizzarne dati)

Ispirazioni

SELLING UNDERWEAR TO LUMBERJACKS

April 26, 2015



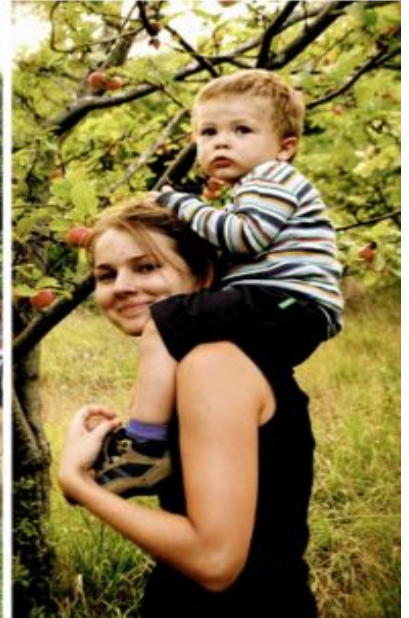
The Hen and The Hog Restaurant in Halifax, NC, is a wonderful surprise.



I love to explore local gems and this one is perfect. The restaurant is located in an old hardware store and the old floors remain – no trendy marble tiles here. But don't be fooled – this is an upscale place; it just retains its local character.

E domani vi racconteremo invece della
sharing economy
alle ore 14 qui

**Il viaggio
al tempo
della
sharing
economy**



Grazie & happy blogging!

Cristiana Pedrali
cristianapedrali@gmail.com

Ecobnb
info@ecobnb.it