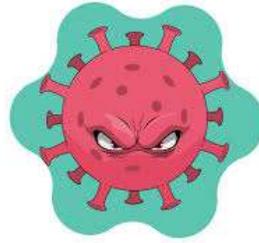




LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING
PRESENTAZIONE N° #2

INTRO, MEDIA DIGITALI E HABITAT MEDIATICO

5 maggio 2023



SOMMARIO

#1. **INTRODUZIONE E DEFINIZIONI**

Digital Marketing, Social Media Marketing
Media tradizionali e digitali, Internet e web

#2. **I MEDIA DIGITALI**

Sito, SEO e SEM, Email marketing, Social media e network
Cenni sulle principali piattaforme social
Mobile Marketing, QR code, App, RA, RV

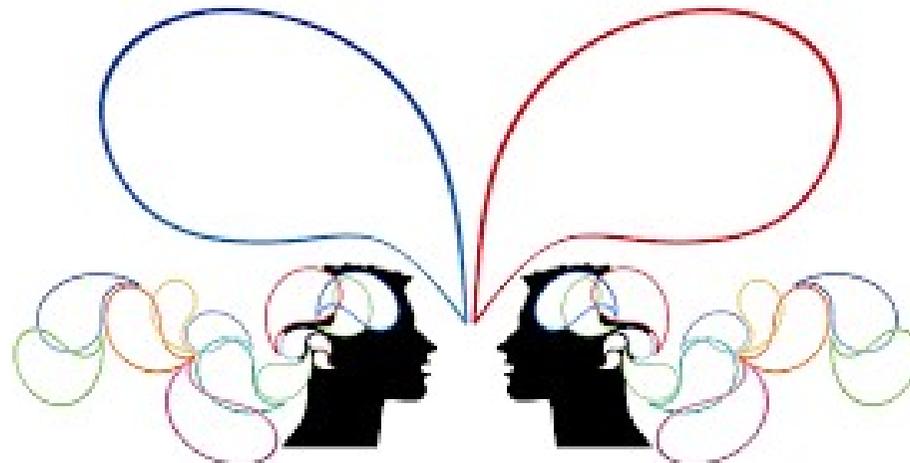
#3. **HABITAT MEDIATICO**

NOTA: Per le fonti del presente elaborato consultare la presentazione «#8. 2023 - Bibliografia e fonti autorevoli».

#1. INTRO E DEFINIZIONI

Digital Marketing Attività di #marketing e #comunicazione su #mediadigitali.

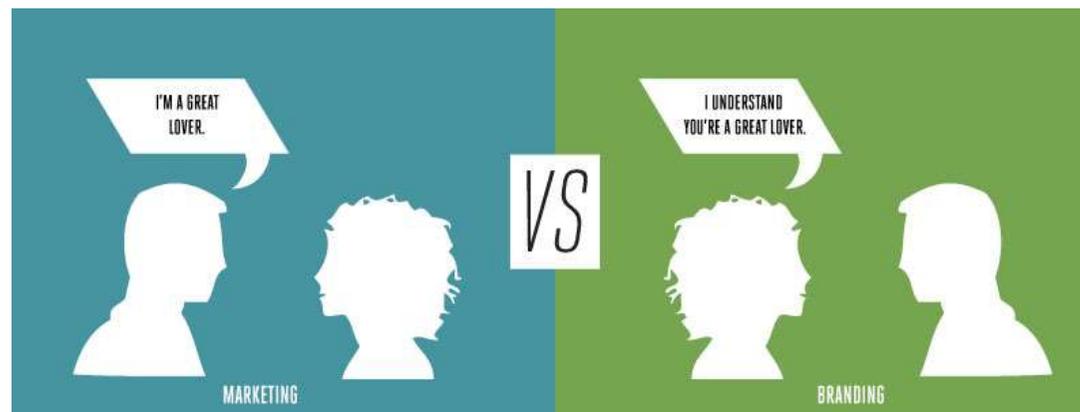
Social Media Marketing Attività volte a costruire una presenza online sulle piattaforme social allo scopo di comunicare e creare una relazione con gli utenti.



#1. INTRO E DEFINIZIONI

Marketing Processo di organizzazione ed esecuzione della politica dei prezzi, delle attività promozionali e della distribuzione di beni e servizi.

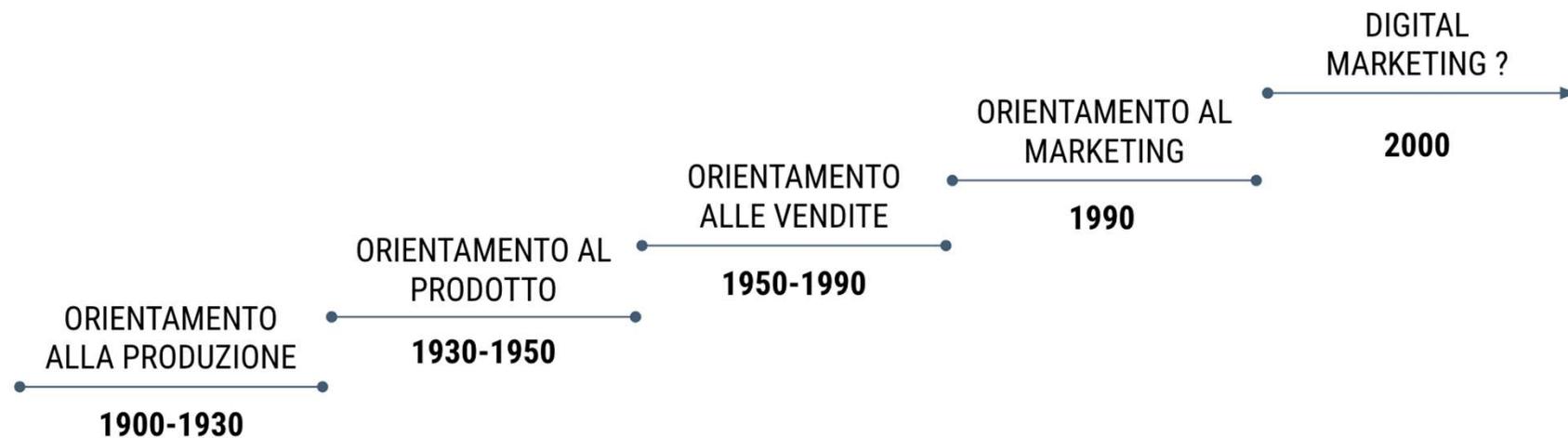
Comunicazione Processo che si costituisce quando un soggetto emittente entra in relazione con un altro soggetto ricevente.



#1. INTRO E DEFINIZIONI

Il marketing come pratica aziendale nasce per vendere prodotti in presenza di **concorrenza**.

Cosenza in Marketing Aumentato parla di diversi **approcci al marketing** che si sono susseguiti negli anni.



#1. INTRO E DEFINIZIONI

Con la diffusione di Internet si è iniziato a parlare di digital marketing definizione discussa perché dà molta importanza alla **tecnologia** ovvero **marketing automatizzato** ovvero che si avvale di strumenti e tecniche a supporto dei manager (tool).

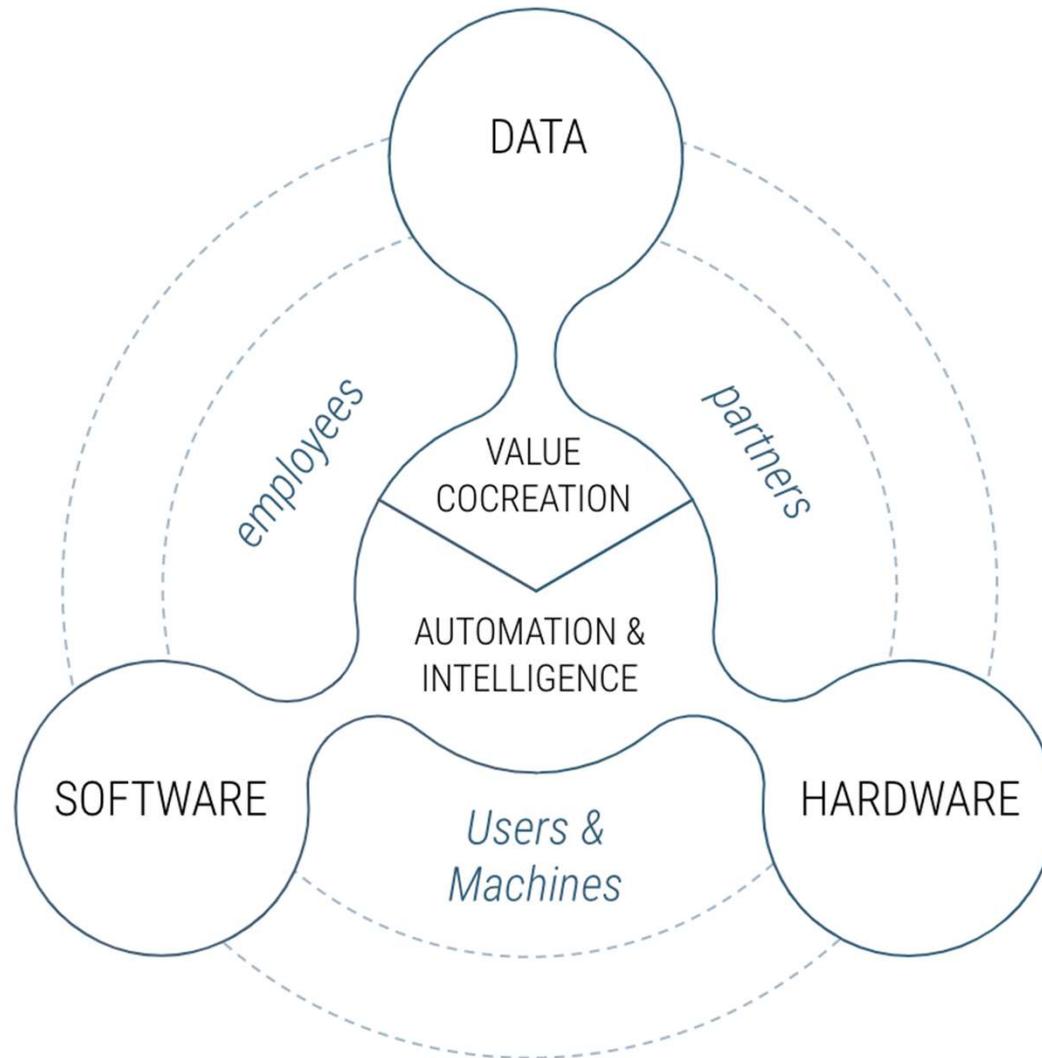
Il digital marketing è una disciplina che deve restare ancorata ai **principi fondanti della comunicazione d'impresa**, ma anche assorbire le **novità della cultura digitale** e ad utilizzarle per non perdere rilevanza. Non possiamo negare che l'utilizzo di **tool** portino a dei vantaggi competitivi.

#1. INTRO E DEFINIZIONI

Cosenza ci parla di **marketing aumentato** ovvero un **marketing potenziato** dove vengono utilizzati strategicamente dati e tecnologie moderne (hardware e software) per ottimizzare le attività aziendali, generare valore per l'ecosistema, progettando esperienze per persone e macchine.

Le tecnologie hardware: sensori, videocamere, visori
Le tecnologie software: IA

#1. INTRO E DEFINIZIONI



#1. INTRO E DEFINIZIONI

Media tradizionali #Mezzidicomunicazione di massa tradizionali:
televisione, stampa, radio, affissioni, cinema.

Chiamati anche media offline.

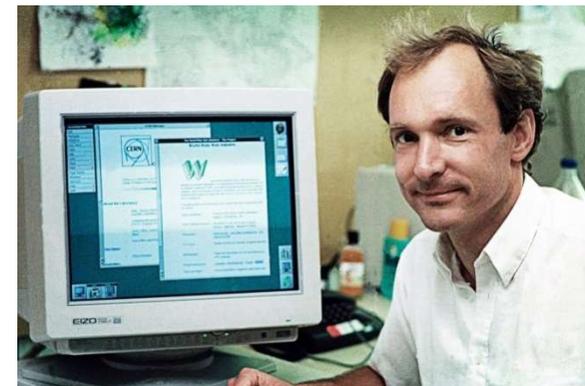
Media digitali #Mezzidicomunicazione di massa sviluppati grazie alla
rete.

Chiamati anche media online.

#1. INTRO E DEFINIZIONI

Internet (anni '60) Sistema di reti e dispositivi collegati tra loro attraverso cavi o #wireless; il nome è una fusione delle parole Interconnected Networks.

World Wide Web (Tim Berners Lee – 1991) Rete di grandezza mondiale. Principale servizio #internet che permette di navigare e di usufruire di contenuti collegati da #link.



#1. INTRO E DEFINIZIONI

Web 1.0 *L' #internet dei contenuti statici, basato sulla #comunicazione unidirezionale, quando i siti web erano concepiti come pagine di un libro.*

Web 2.0 *(Tim O'Reilly – 2004) L' #internet dei contenuti dinamici basato sulla comunicazione bidirezionale, sull'interazione e la condivisione di opinioni tra utenti.*



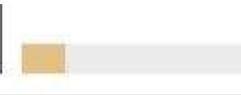
#1. INTRO E DEFINIZIONI

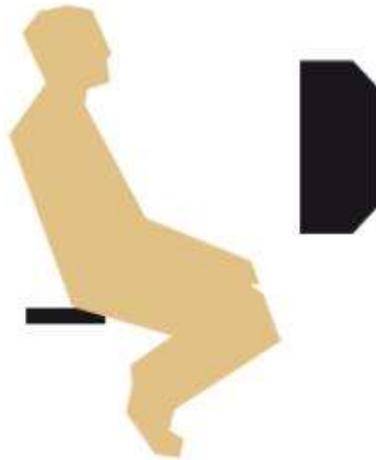
Web 3.0 *L' #internet immersivo che si avvale delle tecnologie di nuova generazione.*

http://youtu.be/6Cf7IL_eZ38



#1. INTRO E DEFINIZIONI

1.0 | LEAN BACK | 



SELF ENTERTAINMENT

DOWNLOAD

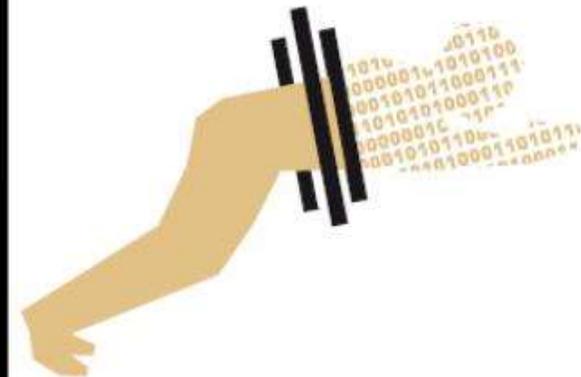
2.0 | MOVE FORWARD | 



SELF PUBLISHING

UPLOAD

3.0 | JUMP IN | 



SELF CREATION

IMMERSION

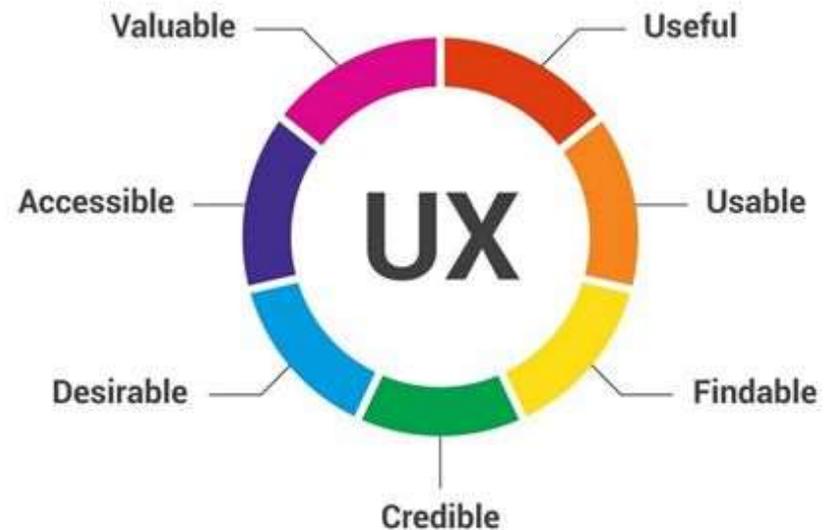
#2. I MEDIA DIGITALI

- **Sito web**
- **Web marketing/Marketing online** (SEO, SEM, PR online)
- **Social Media Marketing** (Blog aziendale, Community, Forum, Social network)
- **Mobile marketing** (App e la tecnologia di nuova generazione)
- **Direct marketing** (Direct mail, Email marketing, Magazine, Newsletter)
- **Display Advertising** (Banner, pop-up...)

#2. I MEDIA DIGITALI: SITO WEB

Sito web Spazio cui si accede tramite un #URL, che contiene pagine visualizzabili attraverso #internet.

Oggi è importante che il proprio sito web sia **responsive** e che possa offrire una **user experience (UX)**.



#2. I MEDIA DIGITALI: SEO E SEM

SEO Search Engine Optimization. Attività volte a ottenere una migliore rilevazione di un #sitoweb da parte dei motori di ricerca.

SEM Search Engine Marketing. Attività a pagamento volte a generare traffico verso un determinato #sitoweb.



#2. I MEDIA DIGITALI: SEO E SEM

The image shows a Google search interface for the query "maglioni uomo". The search bar is at the top, with the Google logo on the left and search controls on the right. Below the search bar, there are navigation tabs for "Tutti", "Shopping", "Immagini", "Video", "Notizie", "Altro", and "Strumenti". The search results indicate approximately 8,980,000 results found in 0.47 seconds.

The first section is a sponsored shopping carousel titled "Sponsorizzato". It features five product listings:

Product Name	Price	Original Price	Source
Polo Club - Uomo - ...	54,99 €		Da Bigshopper
North Sails Maglia Uomo...	33,55 €		Da Producth...
Uomini - Maglione co...	17,99 €	19-€	Da smec
Per uomo Felpa Pullov...	33,99 €		Da Google
Polo Club - Uomo - ...	54,99 €		Da Bigshopper

Below the shopping carousel, there are two organic search results, both marked as "Sponsorizzato":

- bighunter.net**
https://www.bighunter.net
Maglioni in lana e Cashmere Kalibro e non solo su BigHunter.net
Scegli tra la nostra selezione di scarponi. Approfitta di tutte le offerte presenti sul nostro sito.
- it.shein.com**
https://it.shein.com

#2. I MEDIA DIGITALI: EMAIL MARKETING

Email marketing Attività di *direct marketing* che consiste nell'invio di messaggi pubblicitari a un elenco di utenti iscritti in una *mailing list*.

Una buona strategia di email marketing offre molti vantaggi per una piccola impresa:

- Aiuta a costruire un elenco di potenziali clienti
- Consente connessioni con i clienti su base regolare tramite newsletter
- Permette di promuovere offerte tramite coupon speciali, sconti ed eventi
- Fornisce un modo per offrire un servizio e un'attenzione personalizzati

#2. I MEDIA DIGITALI: EMAIL MARKETING



MALAGRÌDA

EXCLUSIVE FOLLOW YOUR SALES

BLACK FRIDAY

30% SU TUTTA LA NUOVA COLLEZIONE

PROMOZIONE VALIDA DAL 12 AL 21 NOVEMBRE

Solo per te tutti i capi della nuova collezione Fall Winter 21/22 sono disponibili a un prezzo esclusivo!

Inserisci il codice coupon **BLACK21** per avere uno sconto del 30% su tutta la nuova collezione.

BLACK21

SHOP NOW

Lasciati ispirare



DOLCIVITA' FILATO STAMPATO

69€

SHOP



CARDIGAN COLLO SCIALLOTO

55€

SHOP



#2. I MEDIA DIGITALI: SOCIAL MEDIA NETWORK

Social media Applicazioni #internet, basate sulla tecnologia del #web20, che consentono la **creazione e lo scambio** di contenuti generati da qualsiasi utente.

Esempi di Social media: Blog, Community, Forum

Social network #Socialmedia che hanno come scopo la creazione di un profilo, l'**interazione e la condivisione** dei contenuti con gli altri utenti.

Esempi di Social network: Facebook, Twitter, Instagram

#2. SOCIAL MEDIA E FORMATI: VERSO L'OMOLOGAZIONE?

Ciascun social media è nato con una sua peculiarità: You Tube condivisione video, Twitter testi brevi, Instagram per le foto.

Ultimamente stiamo assistendo ad una **competizione** sempre più agguerrita: i social vogliono essere in grado di creare e condividere qualsiasi oggetto sociale perseguendo una **strategia mimetica**.

I casi più eclatanti di incorporazione per copia sono tre: le storie di Snapchat, i video brevi di Tik Tok e le Live Room di Clubhouse.

Ha senso questa strategia di copia o rende i social tutti uguali?

#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

Creati per essere delle piazze d'incontro, condivisione, svago, i social media si stanno trasformando in **veri e propri mall chiusi**. Sono luoghi che provano a riprodurre digitalmente l'esperienza dei nostri centri commerciali, dove si andrà principalmente per comparare. Tutte le maggiori piattaforme offrono qualche opzione, più o meno avanzata, di e-commerce.

I social di Zuckerberg, che catalizzano l'attenzione di 2 miliardi di persone, nel 2020 hanno accelerato l'introduzione di strumenti che abilitano le vendite.

#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

Le aziende possono usare la **funzione Shop** per creare una vetrina di oggetti da mettere in vendita e gestire gli ordini con il Commerce Manager. Il checkout diretto è disponibile solo per pochi ma nell'attesa sono disponibili le integrazioni con diverse piattaforme (Shopify la più usata).

Su Instagram l'orientamento al commercio è ancora più marcato. «See it, Love it, Shop it». L'ambiente popolato da **influencer** è votato a stimolare desideri d'acquisto.

#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

The screenshot shows a Facebook post from the brand Malagrida. The post features a grid of nine clothing items, each with a 'Promozione' (Promotion) tag and a price reduction. The items include various styles of sweaters and shirts. To the right of the grid is a large promotional banner for 'BLACK FRIDAY WEEK' running until November 29th, offering a 30% discount on the entire new collection. Below the banner is a notification about reaching more people with the post and a like count of 'Tu e altri 3'.

Malagrida

Visualizza shop

Ti piace

Messaggio

Visualizzazioni: 152 - 5 settimane fa

Shop [Mostra tutto](#)

Item	Original Price	Discounted Price
Girocollo con spalline	€ 54,90	€ 32,94
Girocollo pannocchia	€ 69,00	€ 62,00
Girocollo rombi	€ 72,98	€ 43,74
Giubbino zip a rombi	€ 96,00	€ 67,00
Dolcevita elasticizzato	€ 69,00	€ 41,40
Girocollo a trecce e cos...	€ 88,00	€ 53,34
Dolcevita jacquard	€ 83,98	€ 50,34
Girocollo coste scontrate	€ 79,00	€ 47,40
Girocollo in cotone lino	€ 55,98	€ 33,54

FINO AL 29 NOVEMBRE

BLACK FRIDAY WEEK

30% SU TUTTA LA NUOVA COLLEZIONE

Raggiungi più persone con questo post

Potresti raggiungere fino a 2066 persone al giorno mettendo in evidenza il tuo post con una spesa di 14 €.

Tu e altri 3

#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

 Malagrìda ha taggato un prodotto del suo shop.
18 novembre alle ore 15:43 · 🌐

Ordine, eleganza e naturalezza. Qualunque sia il tuo stile puoi esprimerlo con i capi Malagrìda. Per uno stile contemporaneo che non rinuncia al comfort, scegli il girocollo cotone e lana con tratteggi a rilievo.

[#Malagrìda](#) [#girocollo](#)



Girocollo tratteggi a rilievo
€ 55 € 79,00 >

 MALAGRÌDA

 [Clicca per visualizzare i prodotti](#)

#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI



Annuncio di Malagrida

Girocollo tratteggi a rilievo

€ 55,00 € 79,00

Color: GrigioScuro



Size: M



Visualizza sul sito web

Verrà effettuato il reindirizzamento a
www.malagrida.it

Salva



Dettagli

Informazioni sul punto vendita

[Visualizza shop](#)

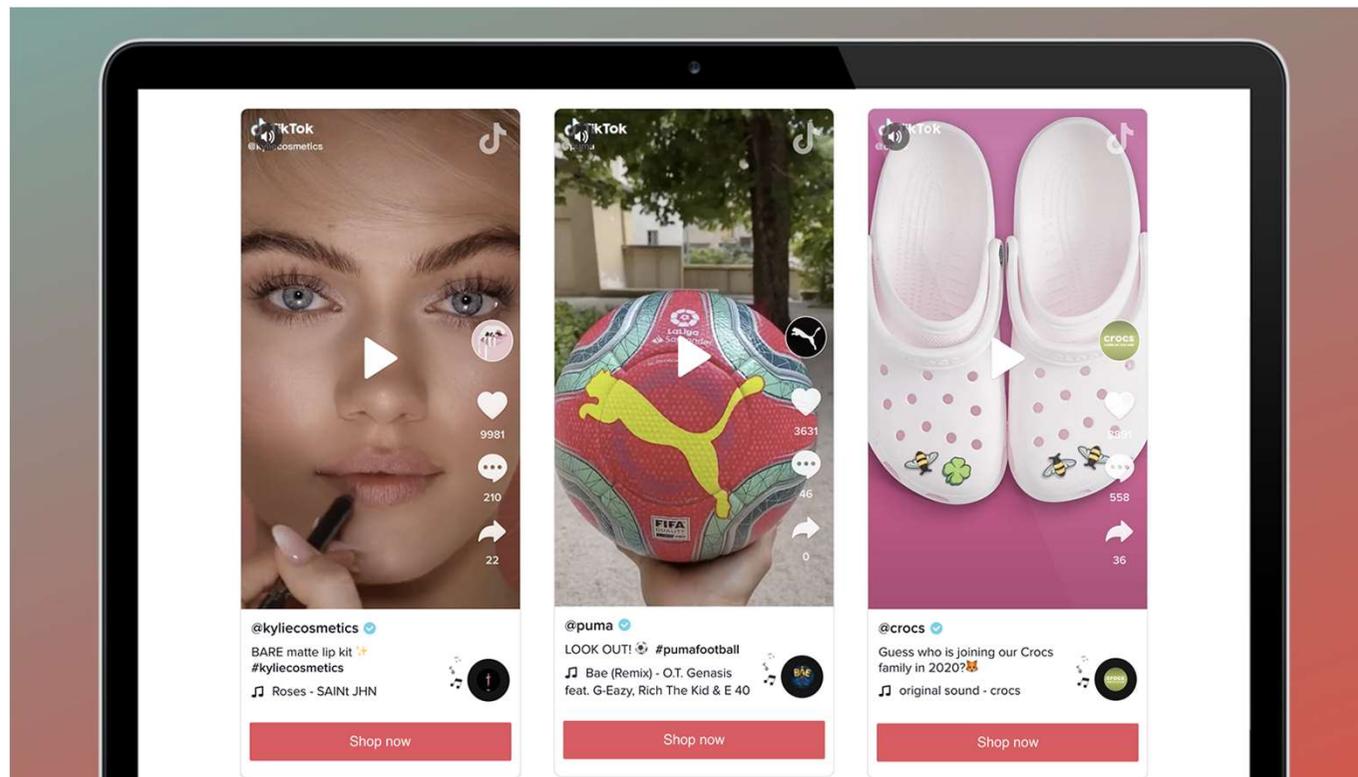


Malagrida

A 5.939 persone piace questa Pagina

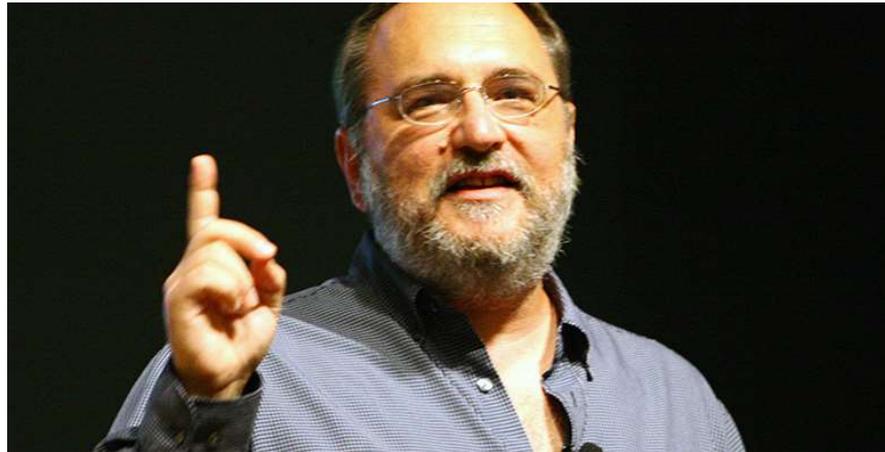
#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

Altri social interessanti per e-commerce sono: Pinterest, YouTube, Twitch e TikTok.



#2. I MEDIA DIGITALI: BLOG

Blog (Dave Winer) #Socialmedia che si basa sulla pubblicazione di contenuti testuali; il termine è la contrazione tra web-log ovvero «diario in rete».



2. I MEDIA DIGITALI: YOU TUBE

YouTube (Steve Chen, Chad Hurley, Jawed Karim– 2005)
#Socialmedia più diffuso al mondo per la visualizzazione e la
condivisione di video in rete.



#2. I MEDIA DIGITALI: FACEBOOK

Facebook (Mark Zuckerberg – 2004) Il social network più popolare che trae ispirazione dagli annuari universitari e si basa sul tenere in contatto persone che si conoscono.

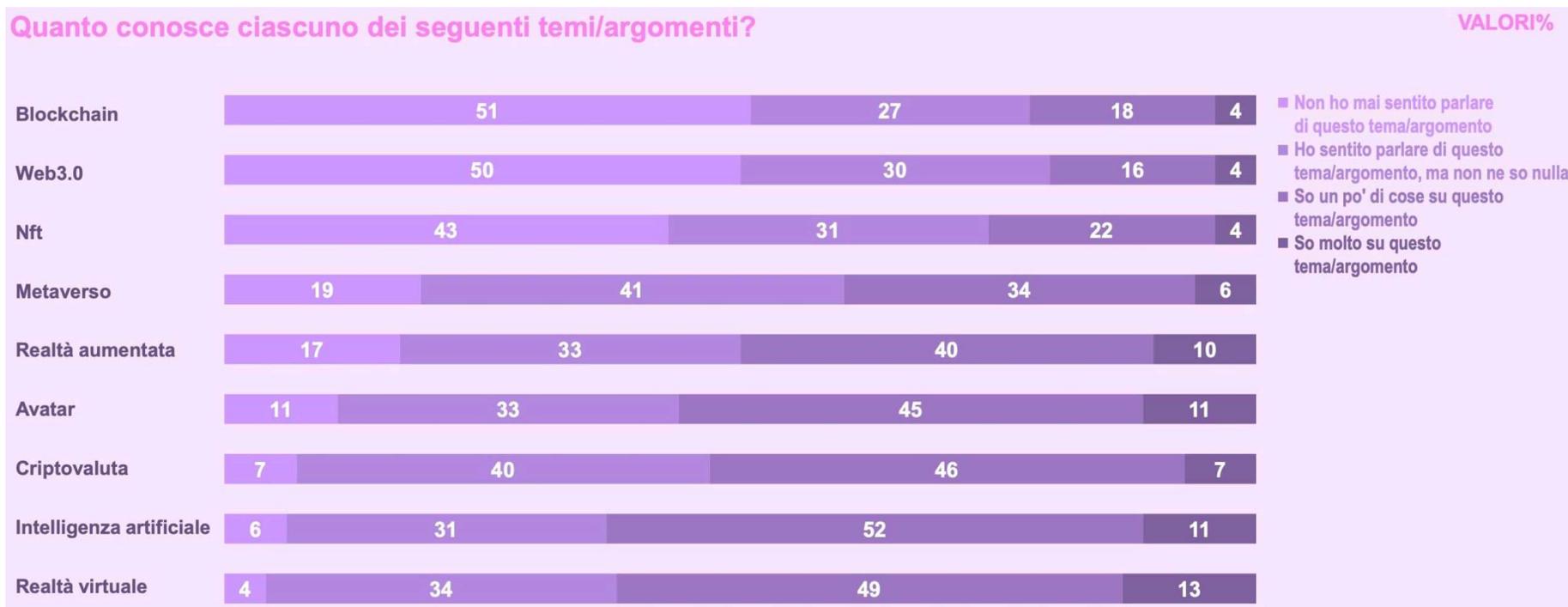


#2. I MEDIA DIGITALI: FACEBOOK

Il 28 ottobre 2021, il CEO Mark Zuckerberg ha presentato Meta, che riunisce le app (Messenger, Instagram, WhatsApp) e tecnologie sotto un nuovo marchio aziendale. Meta si dedica alla **costruzione del metaverso**, ovvero una **dimensione immersiva** che cambierà il modo in cui ci muoviamo sul web.

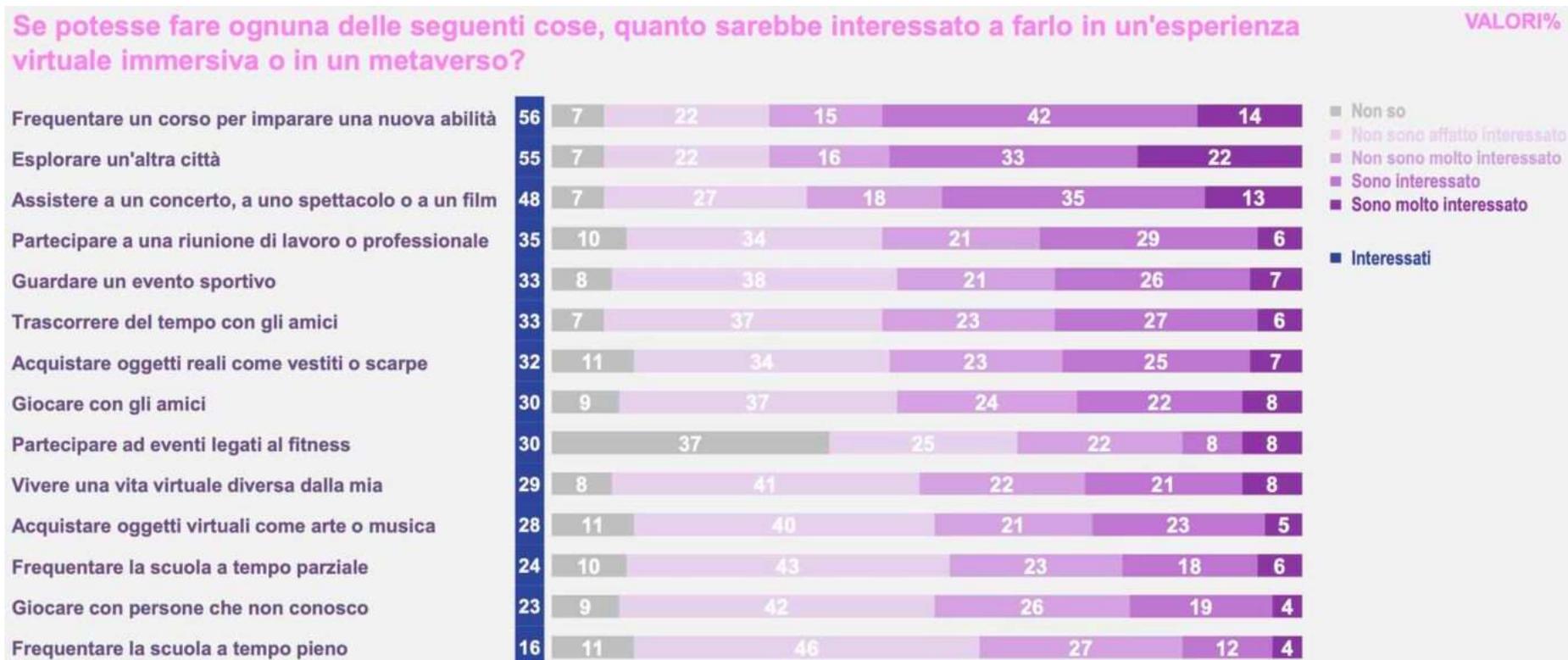


#2. I MEDIA DIGITALI: MONDI IMMERSIVI



<https://vincos.it/2022/11/19/metaverso-gli-italiani-si-dividono-in-entusiasti-ottimisti-e-scettici/>

#2. I MEDIA DIGITALI: MONDI IMMERSIVI



Gli italiani si dividono in entusiasti, ottimisti e scettici.

<https://vincos.it/2022/11/19/metaverso-gli-italiani-si-dividono-in-entusiasti-ottimisti-e-scettici/>

#2. I MEDIA DIGITALI: INSTAGRAM

Instagram (Kevin Sysrom, Mike Krieger – 2010) #Socialnetwork dedicato alla condivisione di immagini da dispositivi mobili; il nome è la fusione di Instant e Telegram.



#2. I MEDIA DIGITALI: TWITTER

Twitter (Jack Dorsey – 2006) #Socialnetwork che si caratterizza per l'uso dei #tweet e viene utilizzato principalmente per comunicare fatti di cronaca in tempo reale.



#2. I MEDIA DIGITALI: LINKEDIN

LinkedIn (Reid Hoffman – 2003) #Socialnetwork fondato sulle relazioni lavorative, consente di gestire un #CV con materiale multimediale e candidarsi alle offerte di lavoro.



#2. I MEDIA DIGITALI: LINKEDIN

LinkedIn è una piattaforma visiva.

LinkedIn parla per conto nostro e racconta chi siamo e cosa siamo in grado di fare.

Studiare le tre informazioni di anteprima che LinkedIn mostra di noi:
foto, nome e cognome e Job title

Scegliete delle fotografie adeguate

Il riepilogo è la parte più letta: non mettete il vostro CV

Sfruttate l'endorsement: le referenze e le conferme delle competenze sono importanti. **È «politically correct»**

contraccambiare

#2. I MEDIA DIGITALI: PINTEREST

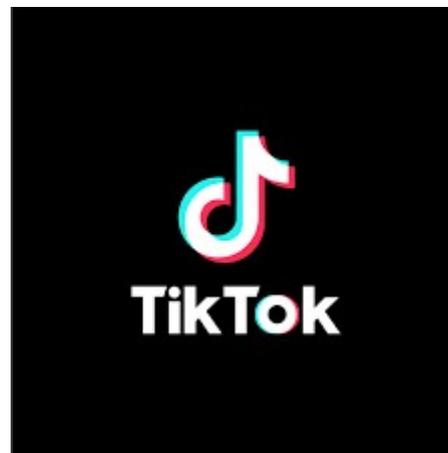
Pinterest (Evan Sharp, Ben Silbermann – 2010) #Socialnetwork di immagini utilizzato per trovare o sviluppare idee creative; il nome è l'unione delle parole «pin» e «interest».



#2. I MEDIA DIGITALI: TIKTOK

TikTok (Douyin in Cina), è un social network cinese per creare brevi clip musicali (15/60 sec) lanciato nel settembre 2016, inizialmente con il nome di Musicall.ly.

L'applicazione utilizza un algoritmo che si basa sull'intelligenza artificiale (**machine learning**) che consente di studiare le abitudini degli utenti e tutte le loro interazioni sui social.



#2. I MEDIA DIGITALI: TWITCH

Twitch è una piattaforma di **livestreaming di sport e intrattenimento di proprietà di Amazon**. I video in diretta si possono recuperare in un secondo momento on demand.

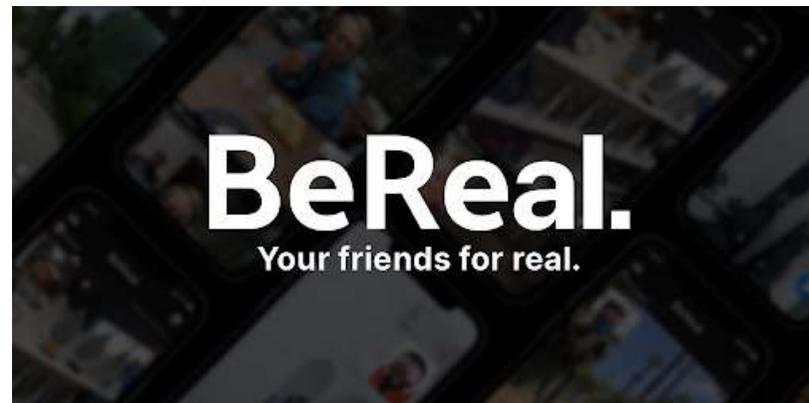
Sono dei **contenuti che raccontano il dietro le quinte** con la possibilità di interagire. È una televisione a cui si aggiunge un **effetto community** perché oltre ad essere in diretta è interattivo.

Luogo abitato da content creator. Gamer appassionati e fedeli Community di appassionati e fedeli e influencer. Mondo reale e virtuale sono la stessa cosa.

C'è ricettività del contenuto advertising. Pubblicità autentica, divertente e utile a mantenere in piedi il sistema.

#2. I MEDIA DIGITALI: BEREAL

BeReal (Alexis Barreyat e Kevin Perreau, 2020) è un social network francese che punta sull'autenticità. «I tuoi amici veramente» è il payoff e incoraggia gli utenti a condividere foto naturali attraverso una notifica quotidiana, ogni volta ad un orario differente, dalla quale scattano due minuti entro i quali bisogna pubblicare una foto con fotocamera anteriore e posteriore attivate. Non esistono like e follower in netta antitesi a Instagram.



#2. I MEDIA DIGITALI: MOBILE MARKETING E APP

Mobile marketing Attività di comunicazione via #mobile che prevede lo sviluppo di #app e l'uso di tecnologie di nuova generazione (es. #AR, #QRcode).

App Application, applicazione. #Software sviluppati per intrattenere o semplificare la vita delle persone tramite #internet e dispositivi mobili.

Le app possono avere una quantità infinita di scopi, da quelli più «leggeri» a quelli più seri (es. Immuni).

#2. I MEDIA DIGITALI: QR CODE

QR code Quick Response, codici a barre bidimensionali composti da moduli disposti su un quadrato che rivelano un contenuto memorizzato.



#3. I MEDIA DIGITALI: AR

Realtà aumentata #App di ultima generazione che consente una sovrapposizione fra elementi reali e virtuali, amplificandone la percezione sensoriale.

Oggi viene usata dai brand soprattutto per attività di «try on» (prova rossetto o per maschere ed effetti in sovraimpressione)



#3. I MEDIA DIGITALI: RV

Realtà virtuale *Rappresentazione tridimensionale della realtà generata dal computer con diversi gradi di affinità con l'ambiente reale.*



#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

<https://wearesocial.com/it/blog/2023/01/digital-2023-i-dati-globali/>

Ogni anno il report Digital di we are social ci fotografa i **comportamenti digitali** più significativi dell'ultimo anno.

Questi 12 mesi hanno evidenziato in alcuni casi delle conferme dei trend del periodo pandemico, in altri alcune dinamiche si sono allentate.

#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

- Circa **il 68% della popolazione mondiale usa internet** (circa 5,16 miliardi di utenti, + 98 milioni rispetto a 12 mesi fa).
- Circa **il 59,4% della popolazione mondiale usa i social network** (circa 4,76 miliardi di utenti, + 137 milioni rispetto a 12 mesi fa).



#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

I media digitali sono diventati una parte **indispensabile** della vita quotidiana per le persone di tutto il mondo.

La pandemia di COVID-19 aveva bloccato gran parte del mondo e conseguentemente:

- **I social media sono cresciuti ad un ritmo esponenziale**
- **I dispositivi mobili hanno registrato una crescita significativa**
- **Lo shopping online è cresciuto a ritmi vertiginosi**
- **Le persone chiedono intrattenimento e contenuti.**

Le percentuali di crescita si sono sensibilmente ridotte in questi ultimi 12 mesi. **La quantità di tempo che trascorriamo online è calata del 5%**, circa 20 minuti al giorno in meno.

#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

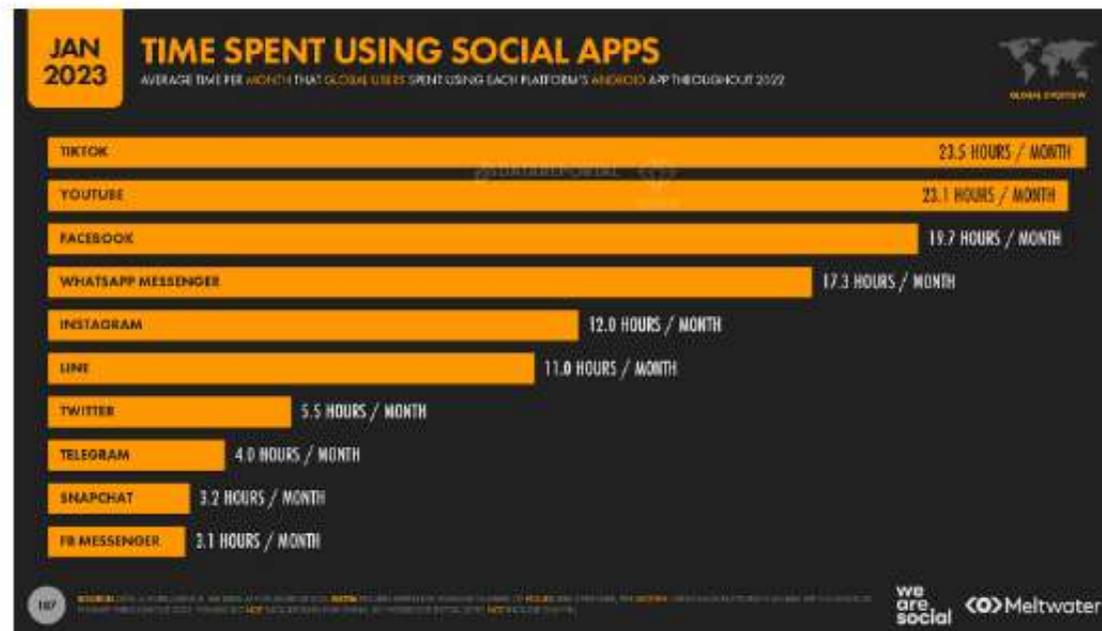
Questo non vuol dire che Internet stia diventando meno importante nella vita delle persone, al contrario, un'analisi più approfondita indica che le persone stanno adottando un **approccio più ragionato** e mirato nelle loro attività online.

Inoltre le persone sono tornate a modelli di comportamento che assomigliano molto a quelli che abbiamo visto prima della pandemia. Ma i trend in crescita restano:

- Lo **shopping online** è un trend che è tutt'ora in crescita, nonostante un calo complessivo della spesa al dettaglio sia online che offline
- Lo **streaming** (Netflix, Prime Video, Disney+...) continua a rappresentare una quota sempre maggiore della visione televisiva globale. 1 utente su 3 di età compresa dai 16 ai 64 anni paga un abbonamento di film o tv streaming ogni mese.

#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

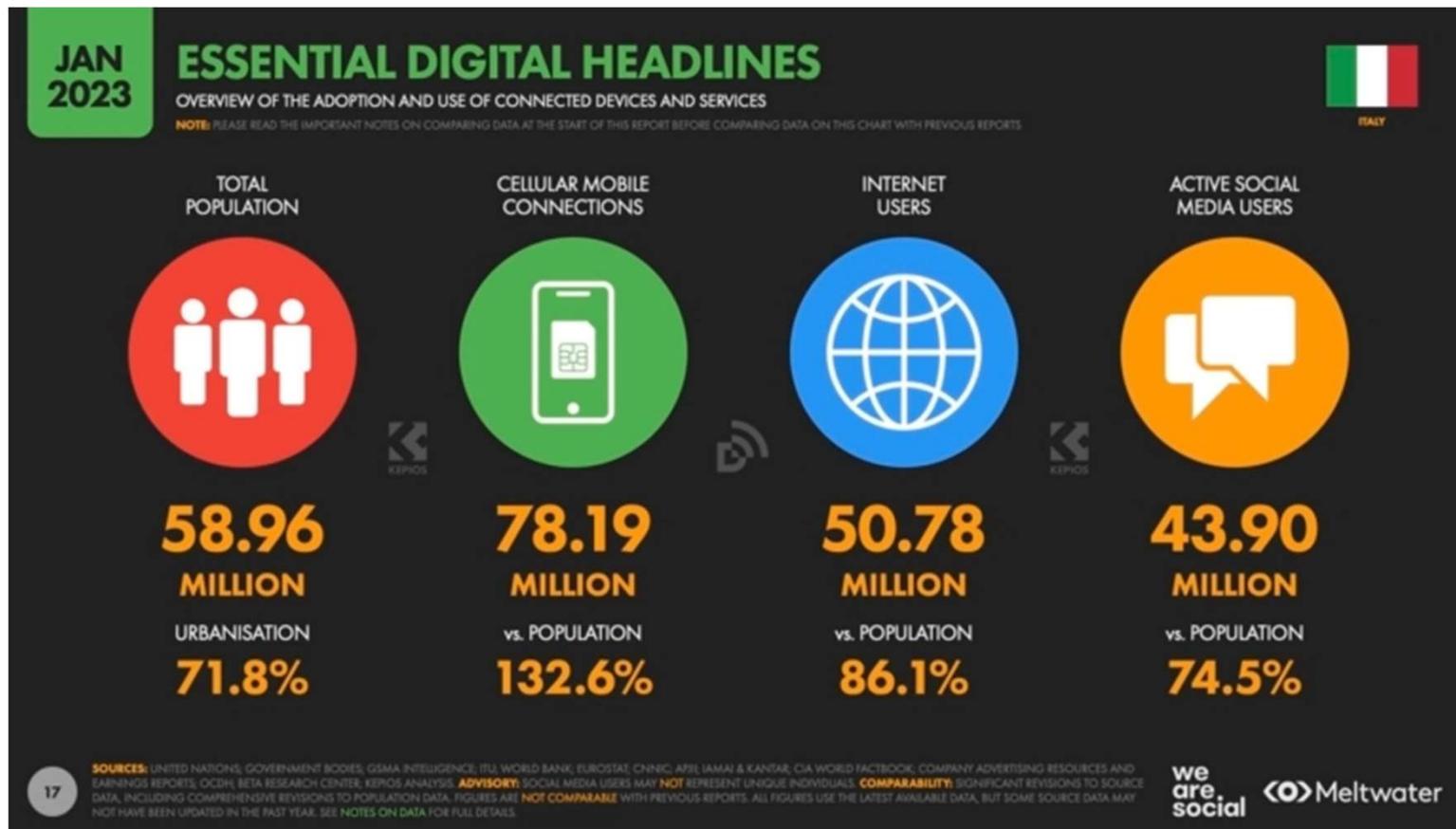
- Le entrate pubblicitarie digitali sono aumentate del 78% negli ultimi 3 anni.
- Il covid ha accelerato l'adozione dei social media: oltre un miliardo di nuovi utenti negli ultimi 3 anni.
- Le persone spendono più tempo sui social media e su più social



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

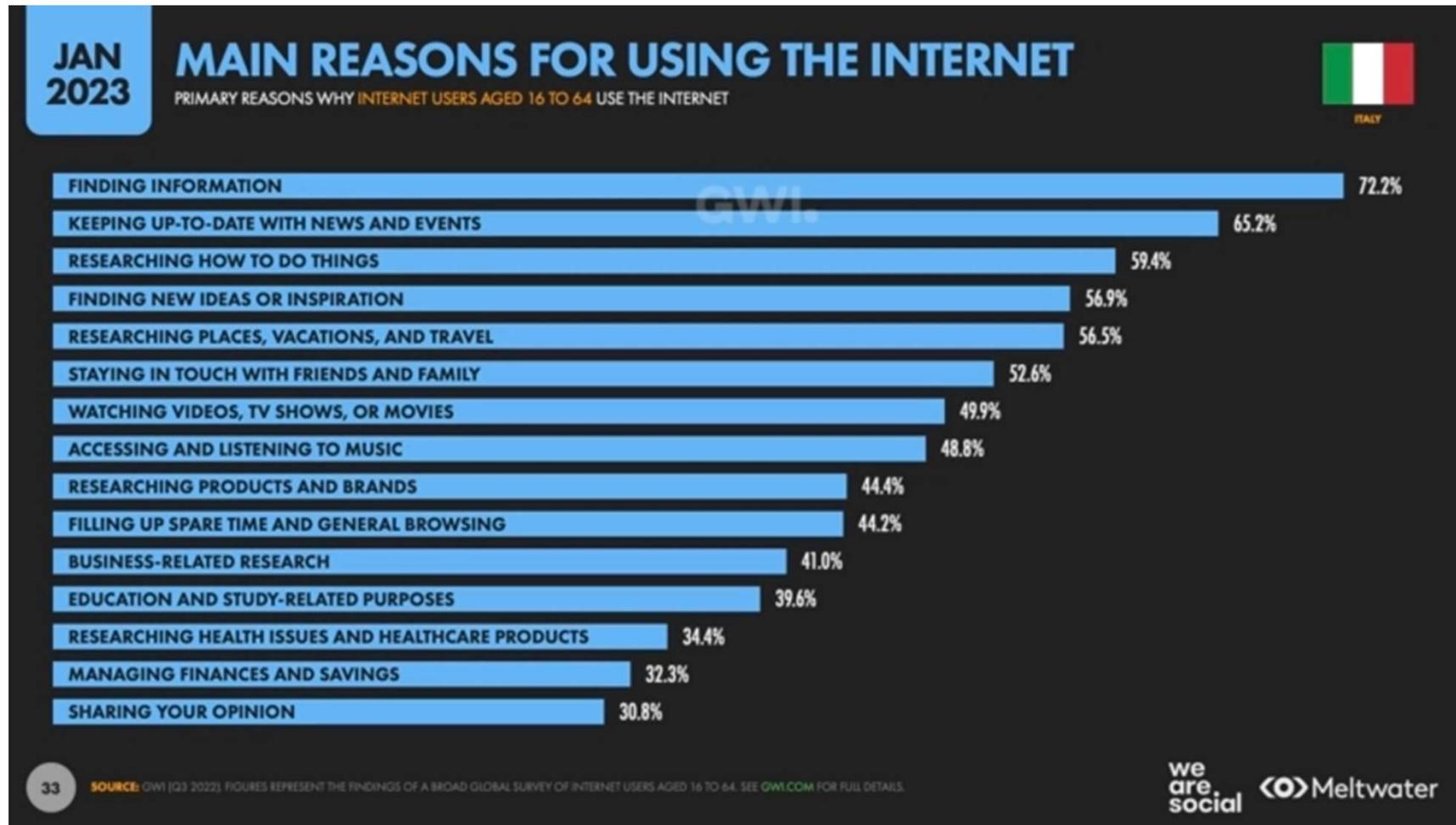
<https://wearesocial.com/it/blog/2023/02/digital-2023-i-dati-italiani/>

In Italia siamo sempre più social, quasi tutti da mobile.



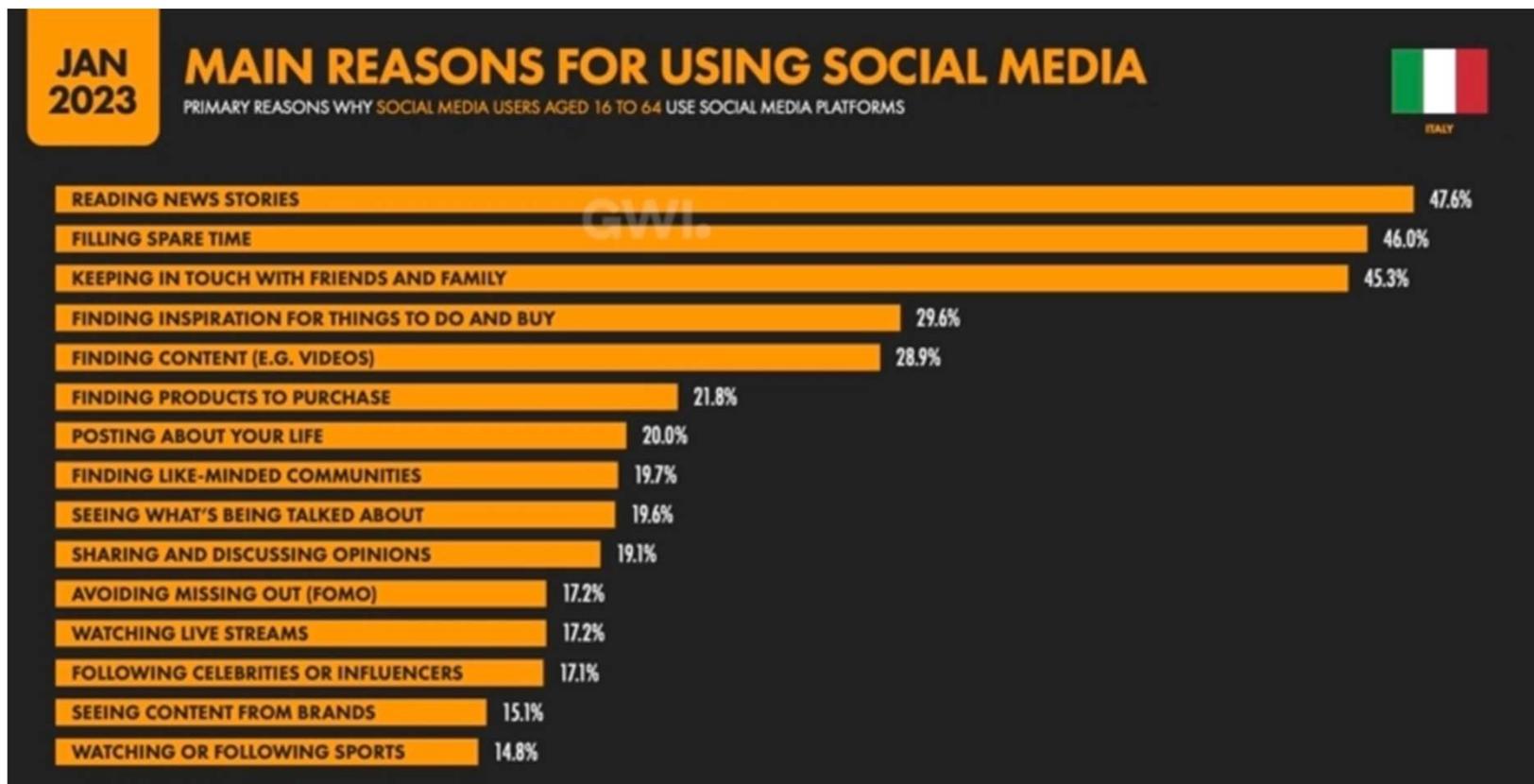
#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Le motivazioni principali per cui le persone usano internet.



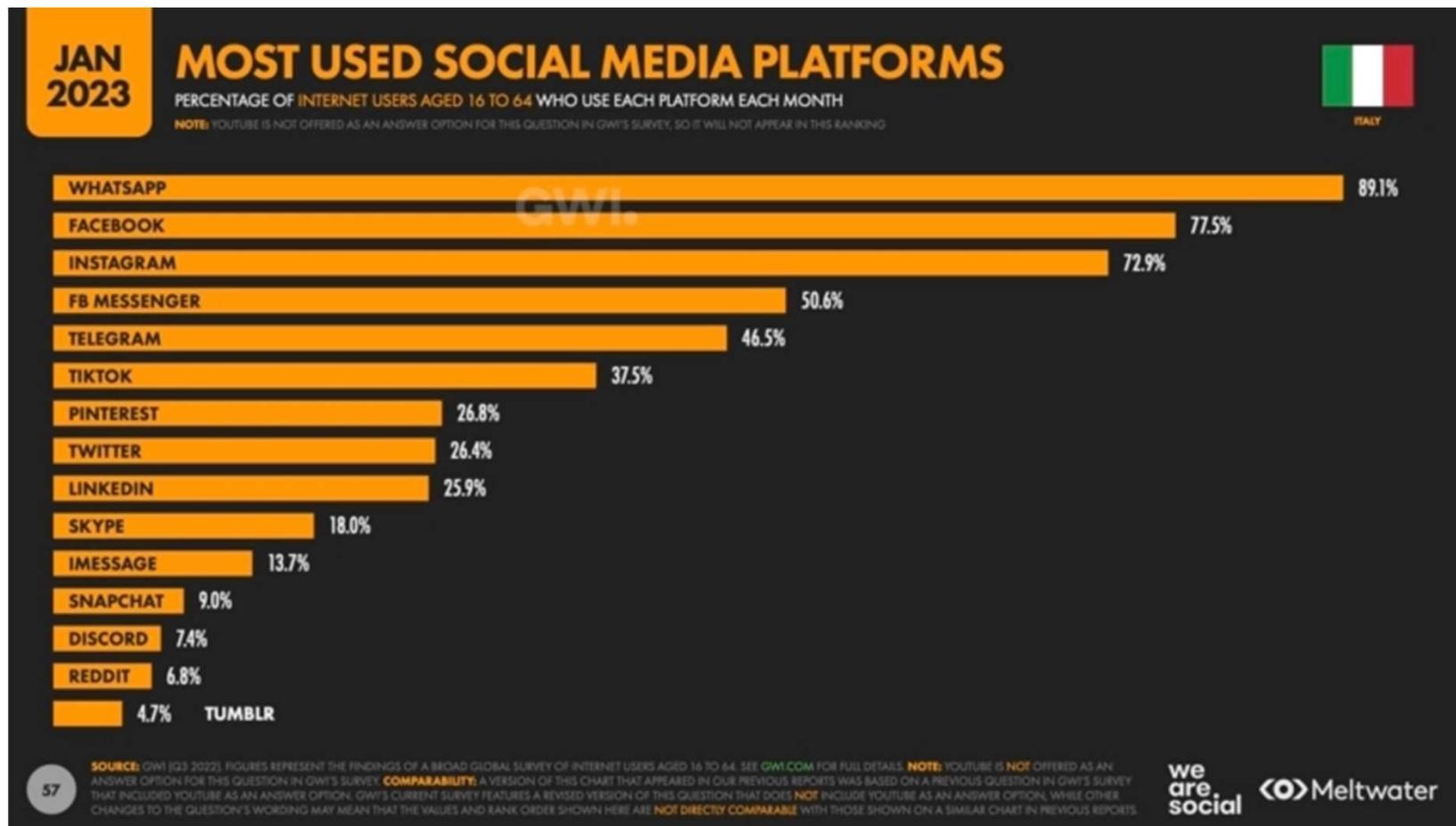
#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Le motivazioni principali per cui le persone visitano e partecipano alla conversazione sui social sono legate all'informarsi, al rimanere in contatto con i propri cari, a passare il tempo.



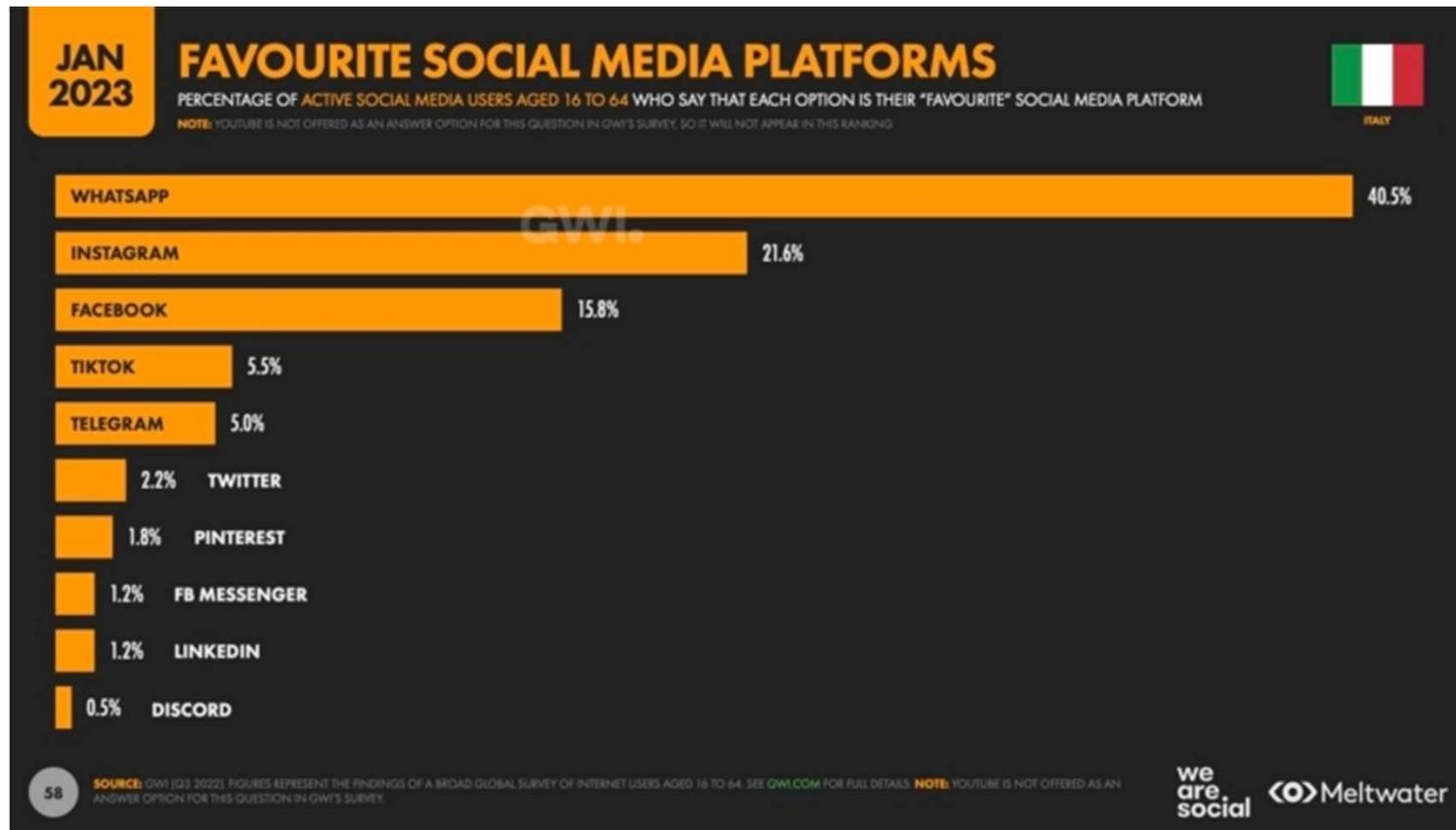
#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Meta domina la classifica delle piattaforme social più utilizzate.



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Le piattaforme preferite dagli utenti. Whatsapp mantiene il primo posto, Facebook cede il posto a Instagram.



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Con l'allentarsi del lockdown si è assistito ad una leggera contrazione (-1,1%) nel numero di persone che dichiarano di aver acquistato prodotti o servizi online. Nonostante ciò, sono in aumento le persone che fanno **spesa online** (+1,7%).



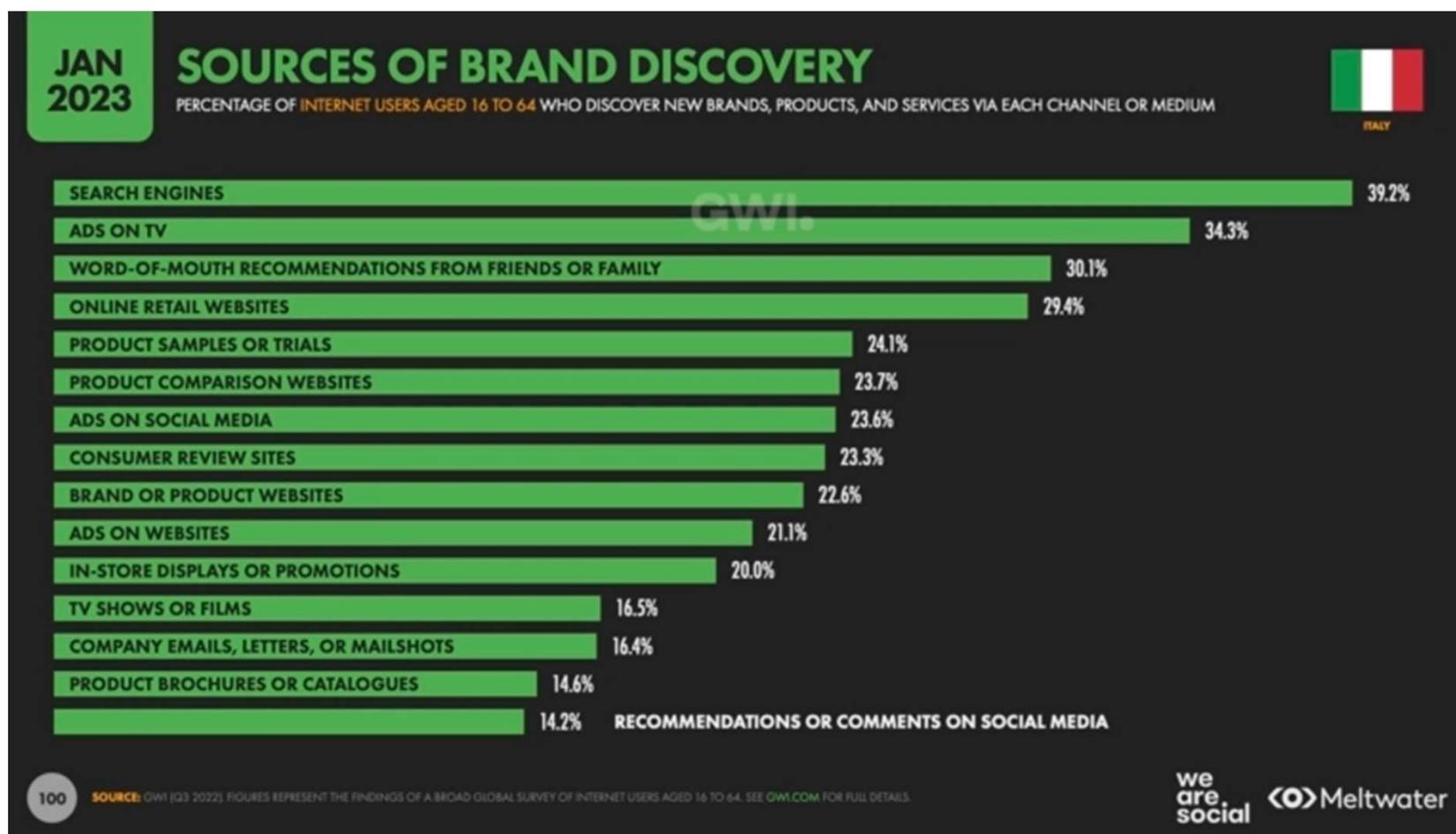
#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Aumento di persone che acquistano online ma valore economico in calo (-4,6%), complice probabilmente la situazione economica incerta e il conflitto in Ucraina. Soffrono quasi tutte le categorie, ad eccezione del fashion in ripresa dopo due anni «in casa».



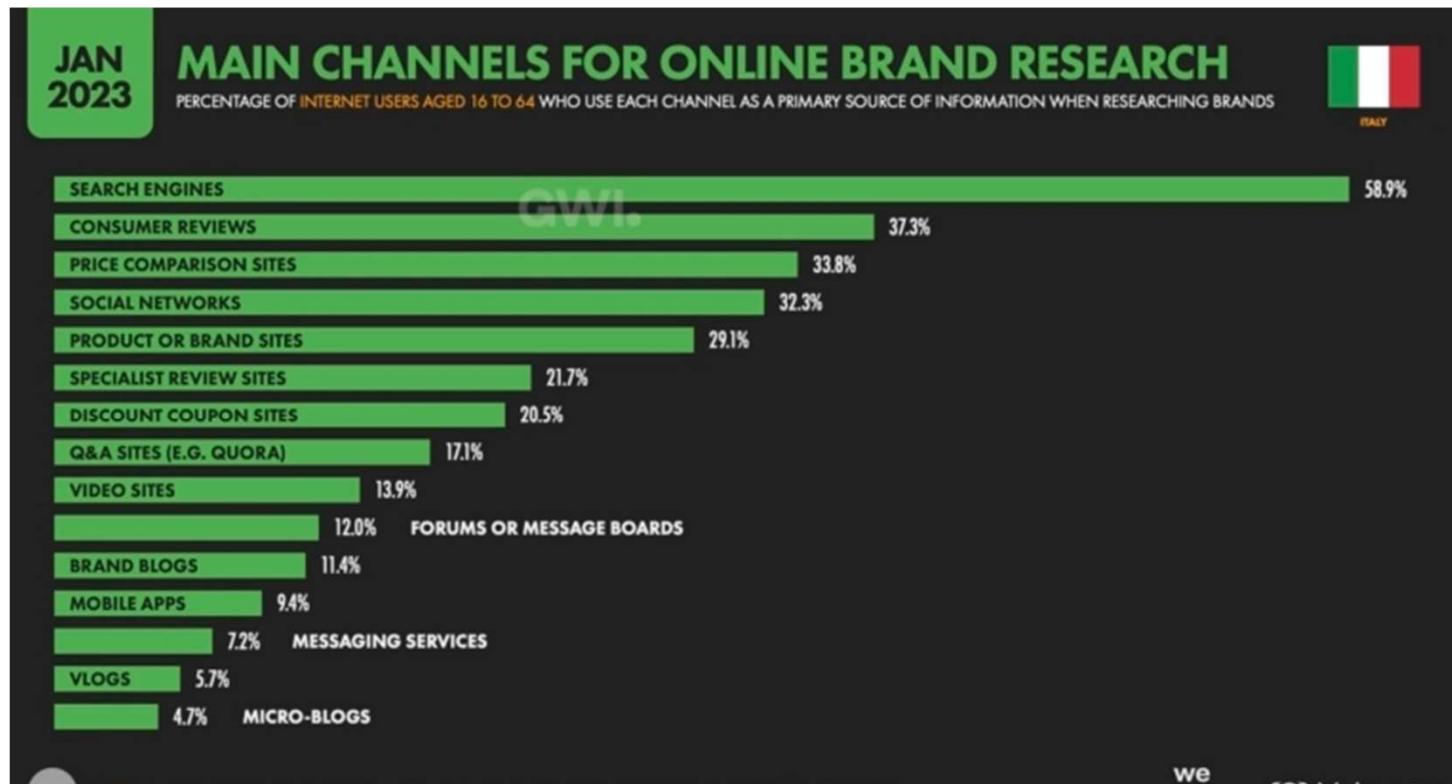
#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

I motori di ricerca continuano ad essere fonte principale per quanto riguarda la scoperta di nuovi brand, prodotti o servizi.



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

I motori di ricerca mantengono salda la leadership anche per quanto riguarda i mezzi utilizzati dalle persone per approfondire la conoscenza sui brand. Social network, siti di confronto prezzi e recensioni superano la soglia del 30%.



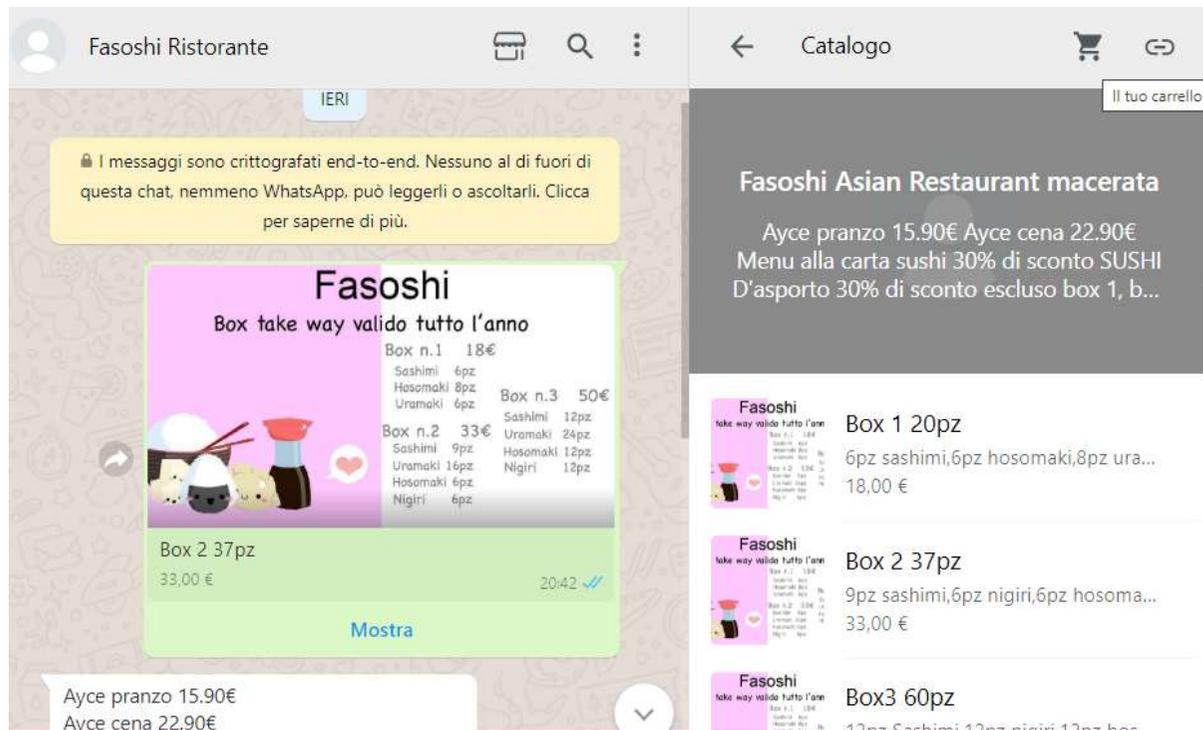
#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Cresce del 9% la spesa per la pubblicità digitale, inclusiva di search e social crescita che porta lo share sulla spesa pubblicitaria totale quasi al 60%, un aumento di quasi il 5% rispetto all'anno scorso, spinto anche dalle attività svolte in collaborazione con influencer (+15%).



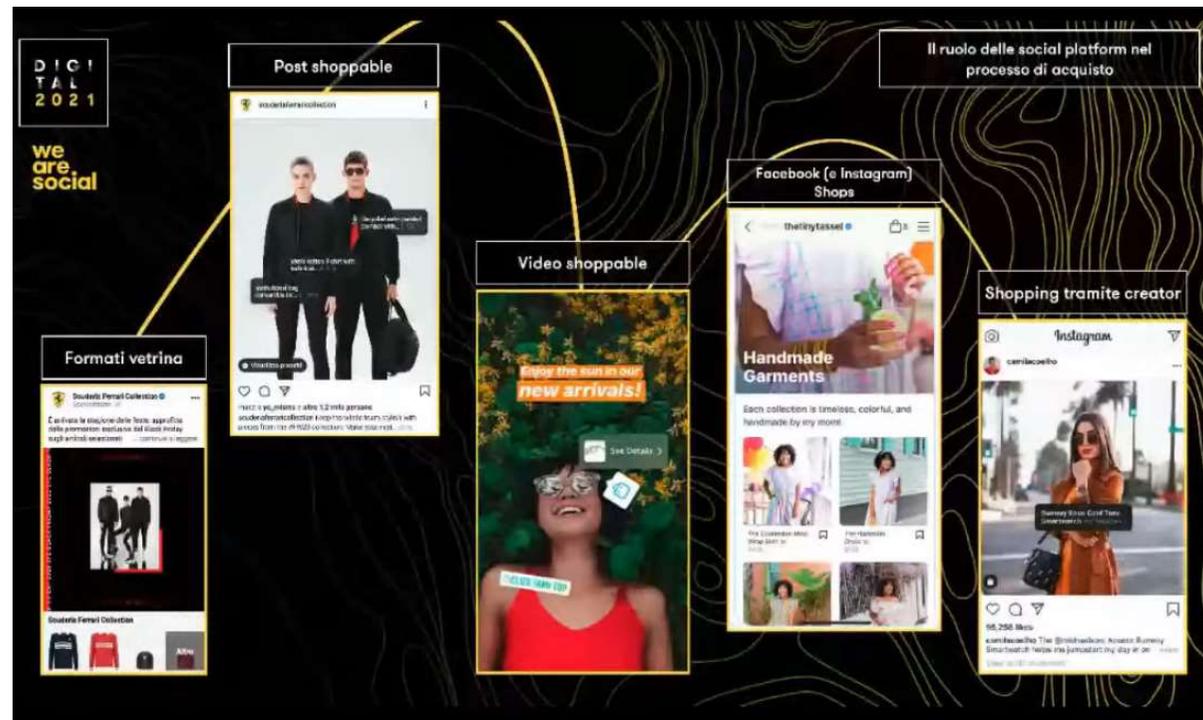
#3. HABITAT MEDIATICO: CONSIDERAZIONI

Le chat si stanno arricchendo di capacità multimediali e stanno per diventare una scorciatoia per gli acquisti. WhatsApp ha introdotto una serie di funzioni per venire incontro alle esigenze di vendita, soprattutto, dei piccoli negozianti.



#3. HABITAT MEDIATICO: CONSIDERAZIONI

Qual è il ruolo delle piattaforme social nel processo di acquisto?
Sono la fonte di ispirazione per il tuo prossimo acquisto. I social sono in grado di parlare a coloro che sono interessati ai loro prodotti.



#3. HABITAT MEDIATICO: CONSIDERAZIONI

Il gaming è diventato un fenomeno di massa. I brand possono diventare parte dell'esperienza di gioco.

Ad esempio la KFC, catena americana di fast food ha lanciato un'isola con arredamento a tema all'interno del videogioco Animal Crossing, dove i protagonisti possono mangiare e bere.

<https://www.youtube.com/watch?v=ff4O9cD1CsY>



#3. HABITAT MEDIATICO: CONSIDERAZIONI

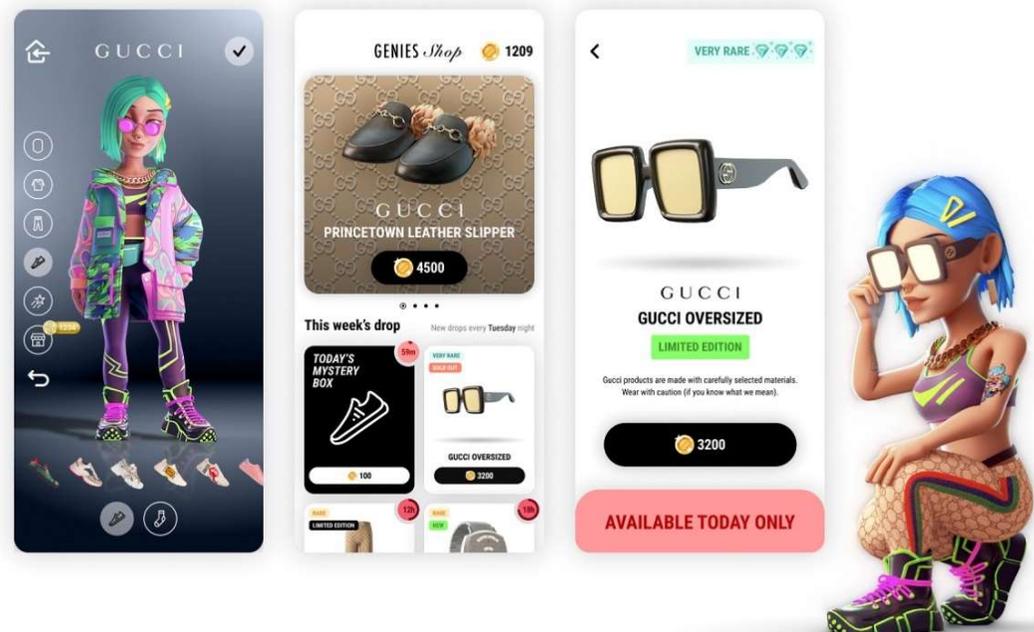
I brand possono **inserirsi nelle dinamiche di livestreaming attivando delle partnership**, non solo con il logo, ma anche promuovendo delle iniziative.

Burger King ha deciso di sponsorizzare lo Stevenage, squadra inglese di seconda categoria, che l'ha resa la squadra più forte online grazie alla modalità carriera di Fifa 2020 e al contributo degli utenti sui social media.



#3. HABITAT MEDIATICO: CONSIDERAZIONI

I brand **possono aiutare a definire l'identità digitale delle persone** creando ad esempio dei vestiti per gli avatar. Un esempio è la collaborazione tra Gucci e Genies gli utenti potranno vestire il proprio avatar con gli outfit del marchio grazie alle piattaforme.



#3. HABITAT MEDIATICO: CONSIDERAZIONI

Ralph Lauren ha creato un vero guardaroba per i personaggi avatar Bitmoji.



#grazie

