



LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE
PRESENTAZIONE N° #4

HABITAT MEDIATICO NELL'ERA DIGITALE

30 settembre 2022

#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

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.

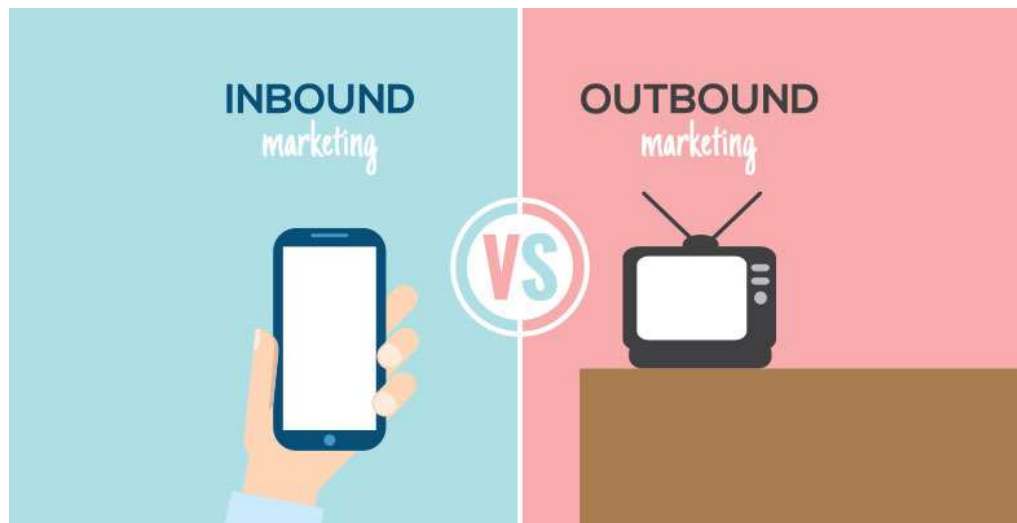
#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

Quali sono le principali differenze tra media tradizionali e media digitali?



#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

Dall'outbound all'inbound marketing: dall'interruption all'engagement



#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

Con il digitale non ci sono più limiti di spazio, di tempo, di fuso orario, di lingua, di conoscenza e di regole non scritte.



#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

La comunicazione tradizionale è ad una via, non permette replica.
La comunicazione digitale apre al dialogo.



#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

Internet è il più misurabile dei media



#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

Above the Line



Below the Line

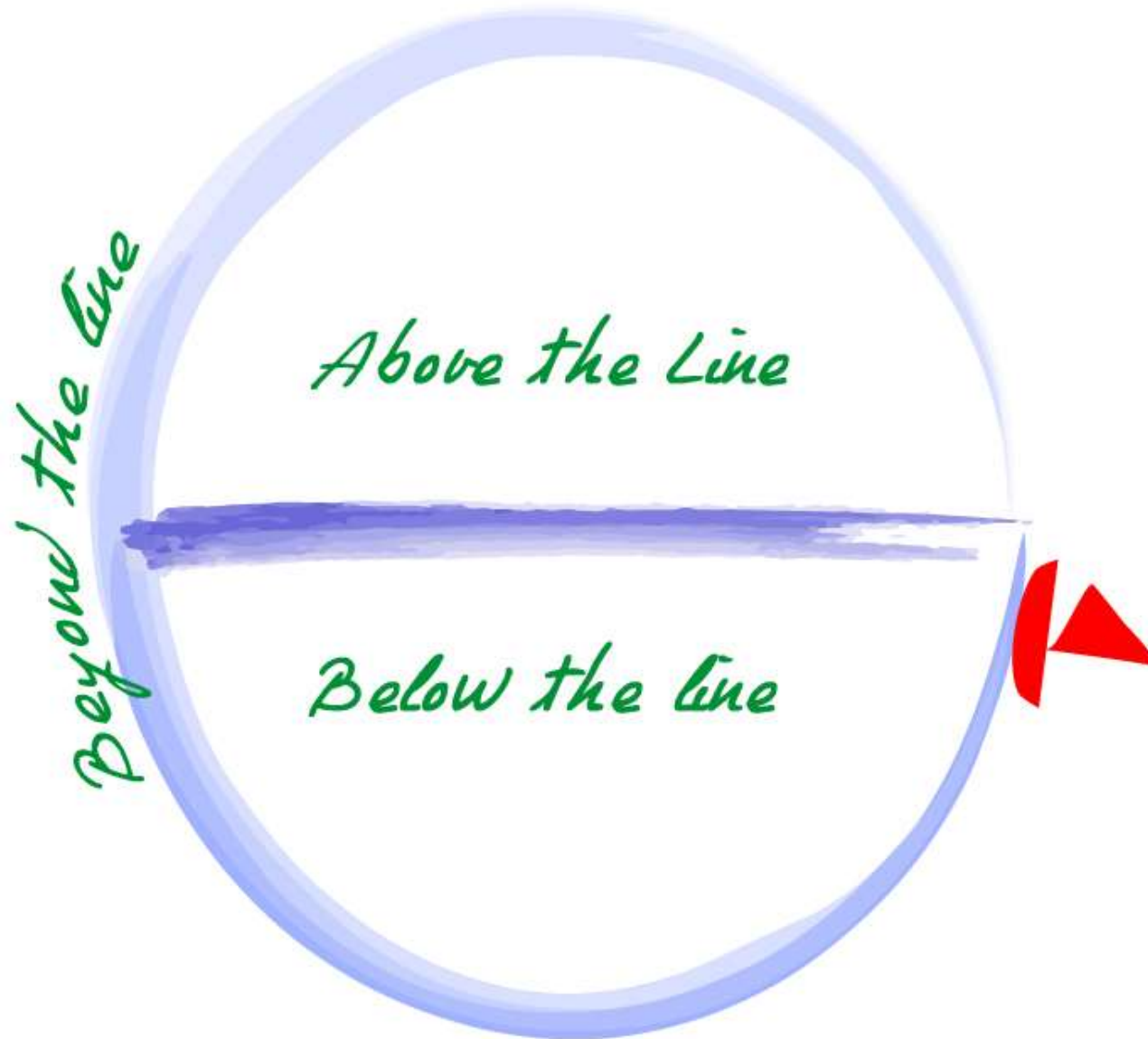
#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI

Above the line #Pubblicitàtabellare veicolata dai
#mediatradizionali soggetti a pianificazione: televisione, stampa,
radio, affissioni, cinema.

Pubblicità tabellare Qualsiasi forma di messaggio diffuso
occupando uno spazio sui #mezzidicomunicazione, regolato da
tariffe.

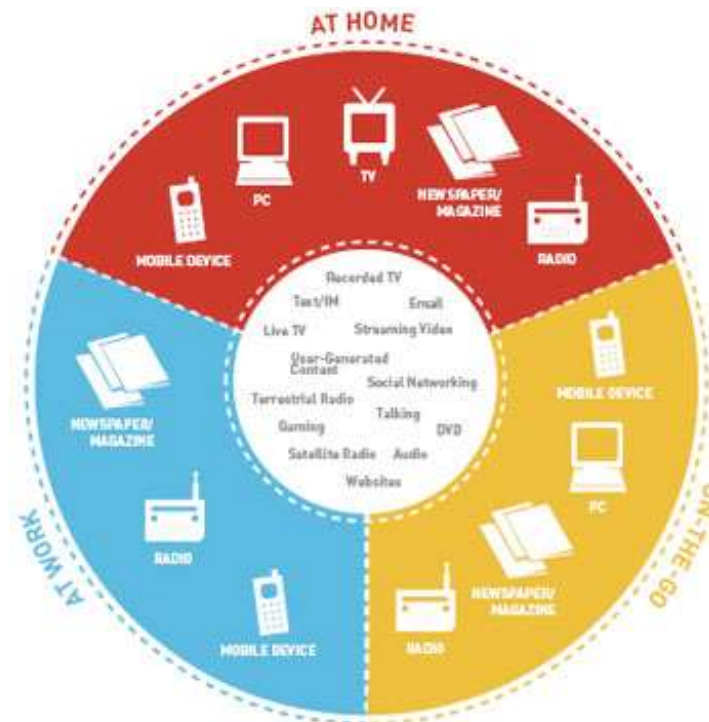
Below the line Attività di #comunicazione che non rientra nella
#pubblicitàtabellare: #promozioni, #sponsorizzazioni, #PR,
#directmarketing, ecc.

#1. INTRODUZIONE E RIFLESSIONI



#2. LA COMUNICAZIONE TRANSMEDIALE

Nelle loro strategie media le aziende oggi devono **tener conto di tutti i canali** a disposizione, **differenziando la comunicazione** e del **ciclo di vita dei consumatori**.



#2. LA COMUNICAZIONE TRANSMEDIALE

Cosa si intende per differenziare la comunicazione?

Comunicazione integrata *Insieme di strumenti, flussi e mezzi che consentono di sviluppare una comunicazione aziendale coerente ed efficace.*

Comunicazione olistica *#Comunicazione considerata nella sua totalità e completezza e non come somma delle singole parti.*

#2. LA COMUNICAZIONE TRANSMEDIALE

Comunicazione integrata	Comunicazione olistica
1. Si usano tutti i canali possibili in relazione all'entità del budget.	1. I canali vengono scelti in base alle abitudini di vita e d'acquisto del consumatore.
2. Il messaggio resta lo stesso su tutti i canali.	2. Il messaggio è adattato agli atteggiamenti e comportamenti del consumatore.
3. La creatività si adatta ai media.	3. Il media si adatta alla creatività.

#2. LA COMUNICAZIONE TRANSMEDIALE

Viene superata la distinzione tra ATL e BTL tanto che si parla di **through the line**.

Through the line *Visione integrata delle attività di #comunicazione che sottolinea il superamento della distinzione tra #AboveTheLine e #BelowTheLine.*

I nuovi media arricchiscono la cultura della comunicazione e la rendono transmediale.

#2. LA COMUNICAZIONE TRANSMEDIALE

La comunicazione contemporanea è transmediale: è prodotto, storia, contenuto, servizio capace di viaggiare trasversalmente su differenti media, aggiungendo di volta in volta narrazioni differenti.

Transmediale Contenuto che viaggia tra più piattaforme distributive, sia su #mediatradizionali che #mediadigitali secondo la regola della #convergenza.

#2. LA COMUNICAZIONE TRANSMEDIALE

Convergenza *Progressiva integrazione tra loro di #media un tempo distinti, resa possibile da cambiamenti tecnologici, economici e culturali.*

Crossmedialità *Mettere in connessione #mediatradizionali e #mediadigitali, facendoli interagire tra loro per dare più forza al messaggio da comunicare.*

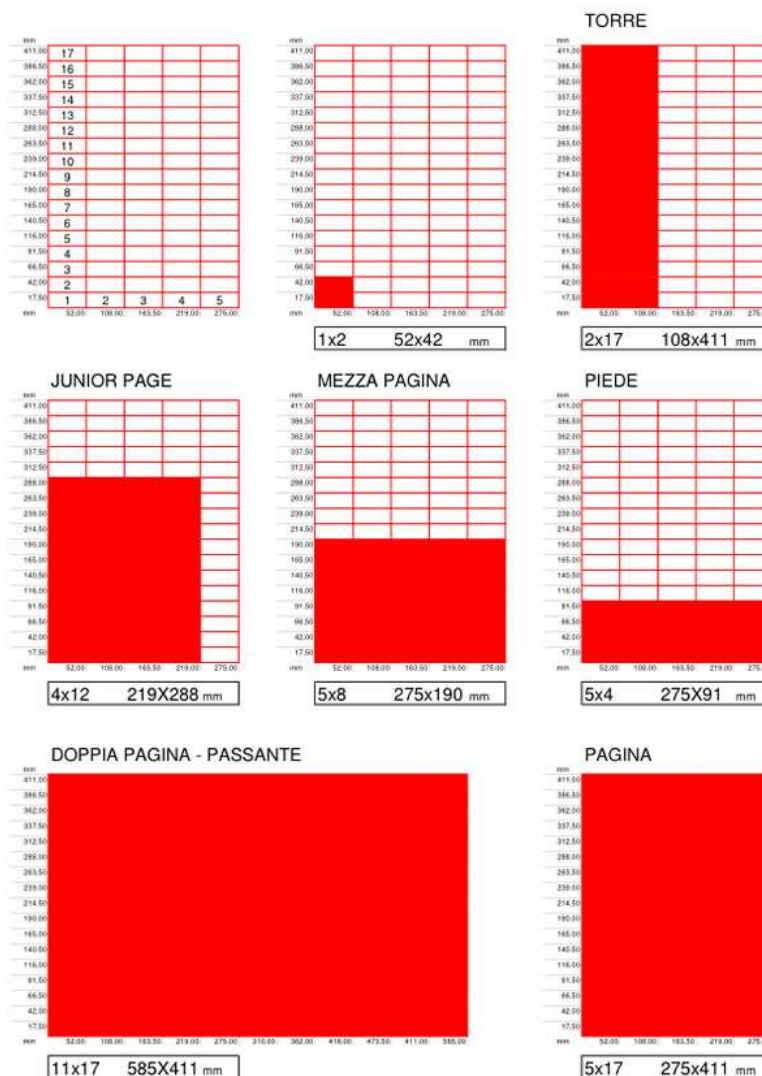
#3. I MEDIA TRADIZIONALI: STAMPA

Stampa periodica e quotidiana.

Le principali concessionarie:
Il Sole 24 ore, Mondadori,
Piemme, Publikompass,
RCS Pubblicità.

L'unità di misura è il modulo.

(Formati l'Unità)

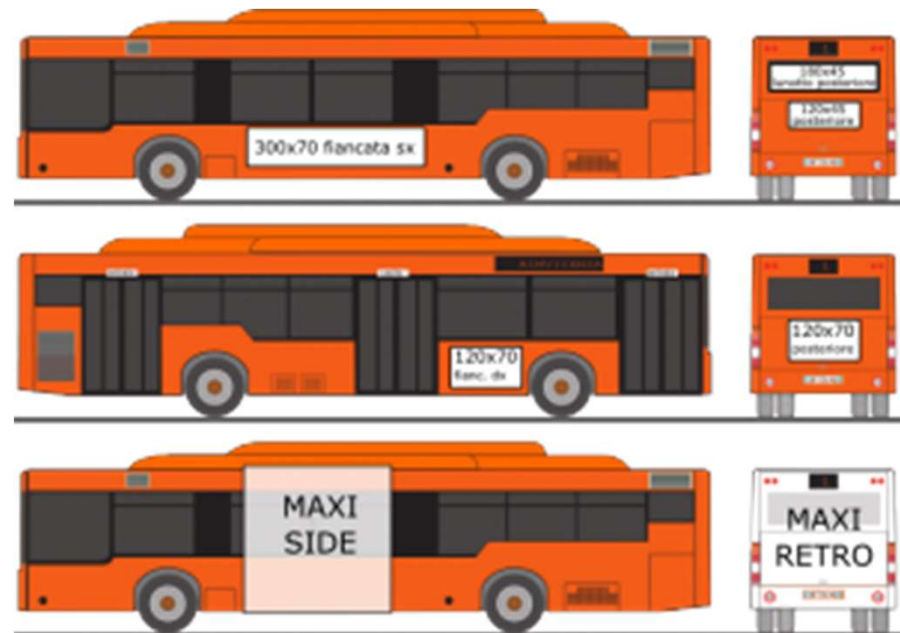


#3. I MEDIA TRADIZIONALI: AFFISSIONE

Affissione Mezzo pubblicitario basato sull'esposizione di manifesti di varie dimensioni - #poster, cartelli, locandine – in un luogo pubblico.

I formati standard sono: 70x100, 100x140, 6x3 e possono essere base, illuminato o retroilluminato.

C'è l'affissione circoscritta ad un luogo specifico (aeroporto, cinema, ecc), c'è l'affissione dinamica e i formati speciali.



#3. I MEDIA TRADIZIONALI

TV

Le principali concessionarie: Rai Pubblicità, Publitalia '80, Digitalia '80. Formati standard: 10, 15, 20, 30, 45, 60 sec.

Radio

Emittenti nazionali e locali. Formati standard: 10, 15, 20, 30, 60 sec.

Cinema

Principali circuiti: PMA, UCI Cinema, Digital Cinema Network.

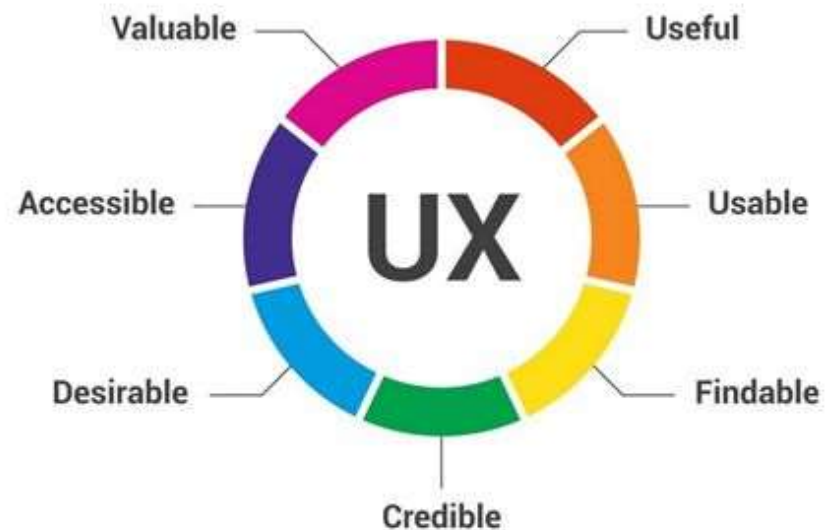
#4. I MEDIA DIGITALI

- **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...)

#4. I MEDIA DIGITALI: SITO WEB

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

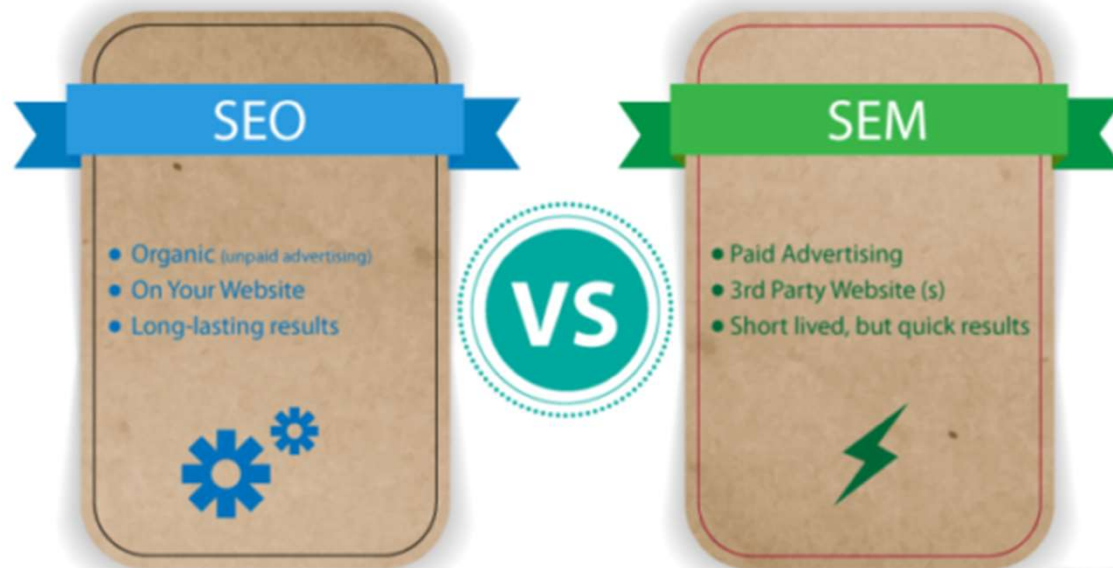
Oggi è importante che il proprio sito web sia **responsive** e che possa offrire una **user experience (UX)**.



#4. 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.



#4. I MEDIA DIGITALI: SEO E SEM

Tutti Shopping Immagini Notizie Video Altro Strumenti

Circa 11.400.000 risultati (0,68 secondi)

Annuncio · <https://www.conbipel.com/maglieria/uomo>

Conbipel Uomo: Maglieria - Tutto dal -50% al -60% - Shop Online

Scopri tutti i capi della Collezione **Uomo** guardaroba. Acquista online e dai una nuova...

Black Friday: Fino a 60% di sconto su Tutta la Collezione

Collezione Uomo

Scopri la Nuova Promozione:

Tutto fino al -60%

Black Friday Week

Sconti fino all' 1 dicembre 2021

Scopri di più sulla Promozione

Annuncio · <https://www.zalando.it/>

Tommy Hilfiger 2020 - Collezioni Tommy Hilfiger - zalando.it

Scopri novità e tendenze di Tommy Hilfiger e ricarica il tuo guardaroba di stile. Ricaricati di...

Articoli in promozione · Novità su Zalando · Look sportivi · Oltre 2500 brand · Moda designer

Annuncio · <https://it.shein.com/>

maglione Fino a -85% - Fino all'85% di sconto - SHEIN

Scopri più di 1000 **Maglione** alla Moda, 10% Di Sconto Sul Primo Ordine, Compra Ora

Annuncio · <http://www.amazon.it/>

Maglioni - Uomo su Amazon.it - Scopri tutte le novità

Risparmia su **Maglioni - Uomo**. Spedizione gratis (vedi condizioni) Black Friday Deals.

Moda Uomo · Occasioni · Moda Donna · Borse · Moda Bambini

<https://www.cisalfasport.it> > it-it > uomo > abbigliamento

Maglioni e pullover da uomo online | Cisalfa Sport

Scopri gli ultimi arrivi! **Maglioni** e pullover da uomo online delle migliori marche. Acquista su [cisalfasport.it](https://www.cisalfasport.it), spedizione rapida e reso facile!

Annunci · Confronta prodotti



Uniqlo Maglione Leggero...

39,90 €

Uniqlo Italy

Da Google



Polo Club - Uomo - Felpa...

35,99 €

Polo Club

Da Bigshopper

IN PROMOZIONE



Timberland Maglione dark...

51,60 € 80€

Zalando.it

Spediz. gratuita

Da Bigshopper

IN PROMOZIONE



Jack & Jones Originals -...

23,00 € 39€

ASOS

★★★★★ (3)

Da Google



Nebulus Maglione

IN PROMOZIONE



Black Friday Quile maglione

#4. I MEDIA DIGITALI: SOCIAL

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

#4. 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. In questi ultimi anni la maggiori piattaforme stanno lavorando per offrire qualche opzione, più o meno avanzata, di e-commerce.

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

#4. 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. Anche su Instagram il checkout diretto dovrebbe essere esteso a tutti nel 2022.

#4. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

Malagrida

Visualizza shop

Ti piace

Messaggio

Visualizzazioni: 152 - 5 settimane fa

Shop [Mostra tutto](#)

 Promozione Girocollo con spalline € 32,94 € 54,98	 Promozione Girocollo pannocchia € 62,00 € 89,00	 Promozione Girocollo rombi € 43,74 € 72,98
 Promozione Giubbino zip a rombi ... € 67,00 € 95,00	 Promozione Dolcevit elasticizzato ... € 41,40 € 69,00	 Promozione Girocollo a trecce e cos... € 53,34 € 80,00
 Promozione Dolcevit jacquard € 50,34 € 83,98	 Promozione Girocollo coste scontrate € 47,40 € 79,00	 Promozione Girocollo in cotone lino € 33,54 € 55,98

FINO AL 29 NOVEMBRE

BLACK FRIDAY WEEK

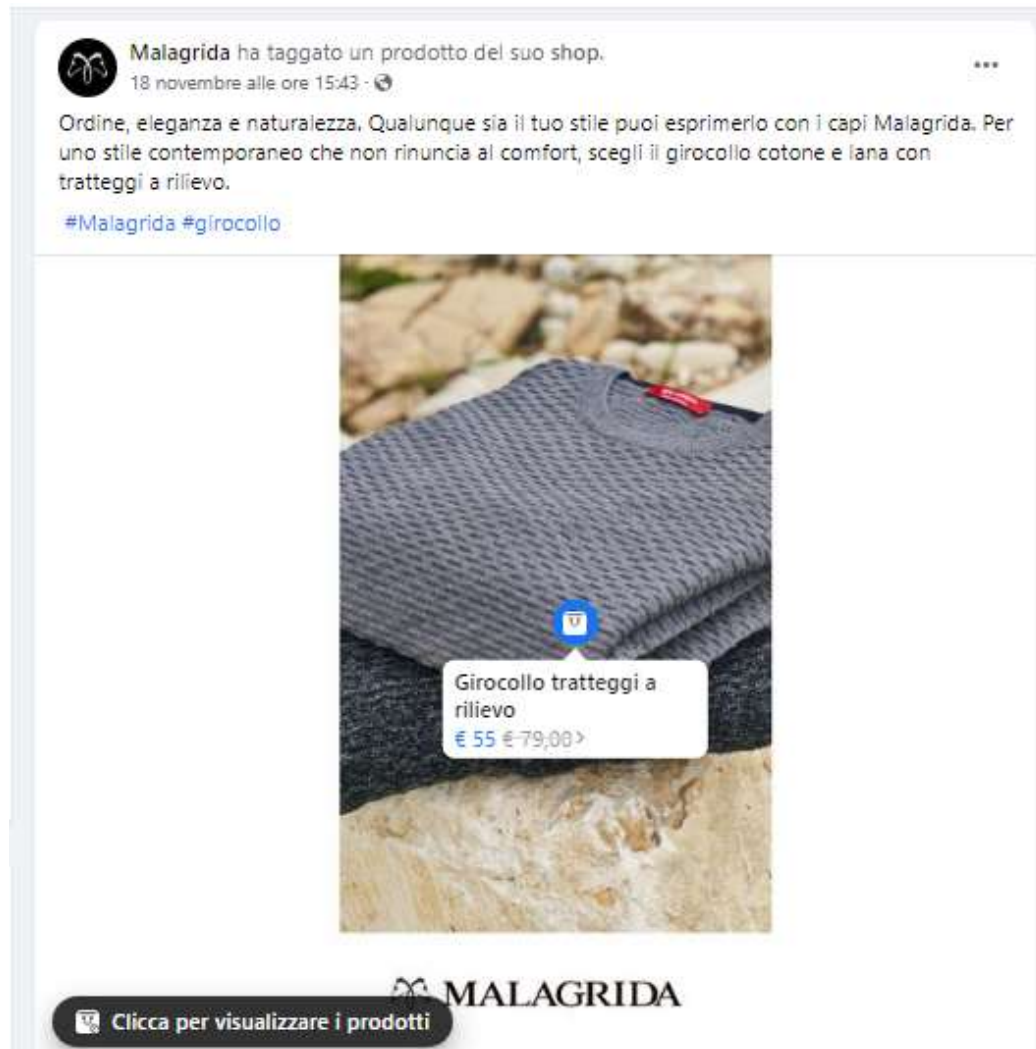
30% SU TUTTA LA NUOVA COLLEZIONE

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

#4. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI



#4. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI



Annuncio di Malagrida

Girocollo tratteggi a rilievo

€ 55,00 ~~€ 79,00~~

Color: GrigioScuro

Size: M

M L XL XXL

[Visualizza sul sito web](#)

Verrà effettuato il reindirizzamento a www.malagrida.it

Salva

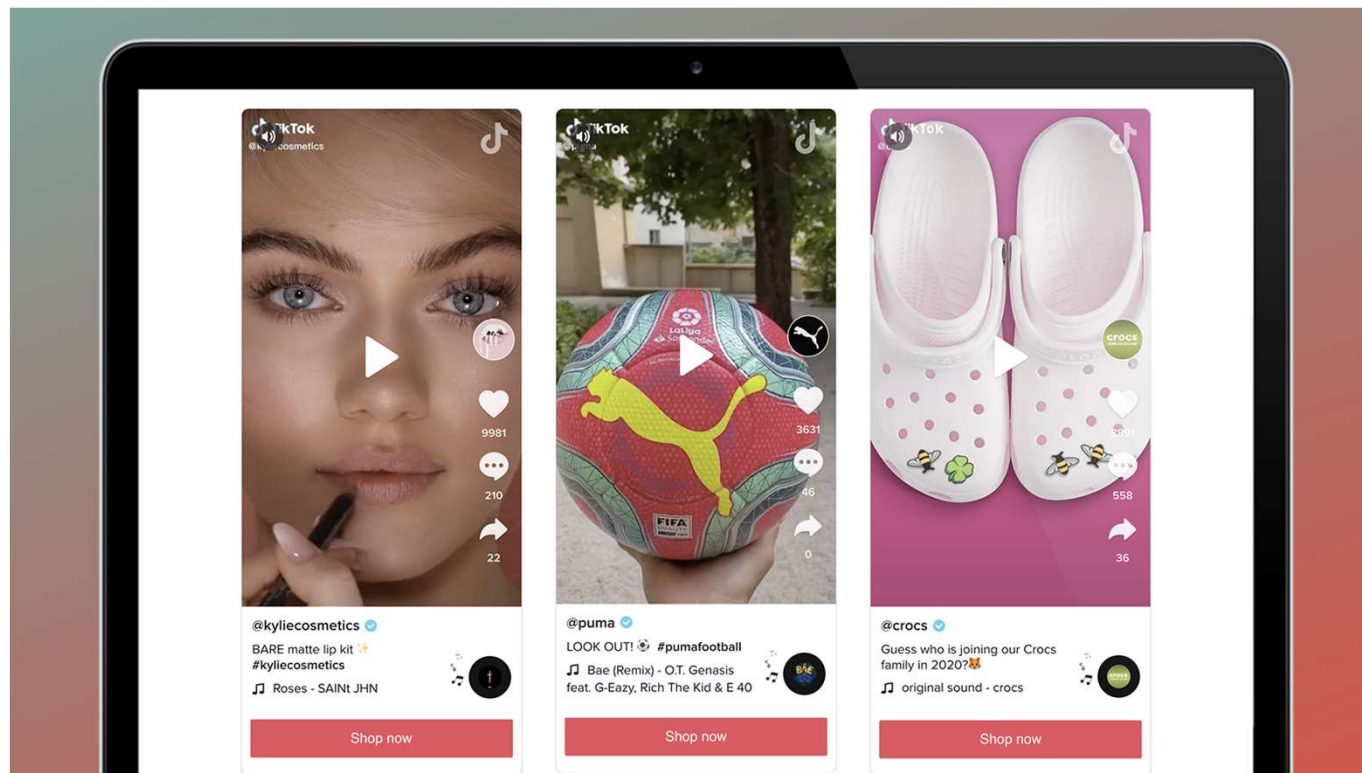
Dettagli

Informazioni sul punto vendita [Visualizza shop](#)

 Malagrida
A 5.939 persone piace questa Pagina

#4. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

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



4. 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.



#4. 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.



#4. 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 sta dedicando alla **costruzione del metaverso**, ovvero una **dimensione immersiva** che sta cambiando il modo in cui ci muoviamo sul web.



#4. 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*.



#4. 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.



#4. 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.



#4. 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

#4. 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».

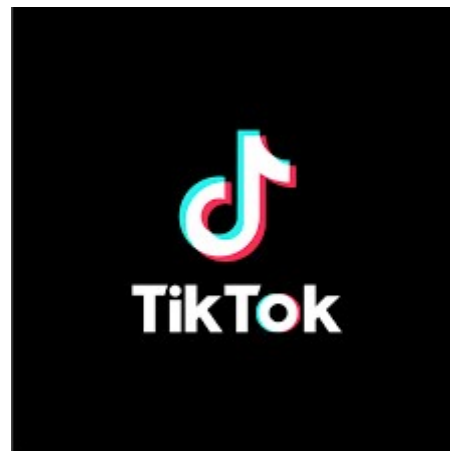
Interessante novità è «Idea Pins» (maggio 2021) che è un mix di storie e video brevi.



#4. 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 Musically.

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.



#4. 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.

#4. 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).

#4. I MEDIA DIGITALI: QR CODE

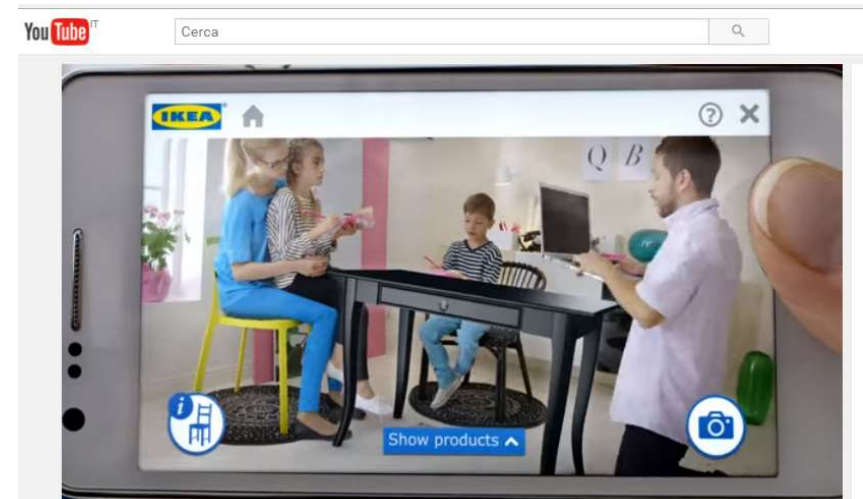
QR code Quick Response, codici a barre bidimensionali composti da moduli disposti su un quadrato che rivelano un contenuto memorizzato.



#4. 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)



#4. I MEDIA DIGITALI: RV

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



#5. LO SCENARIO NELL'ERA DIGITALE

L'habitat mediatico nell'era digitale in Italia si caratterizza così:

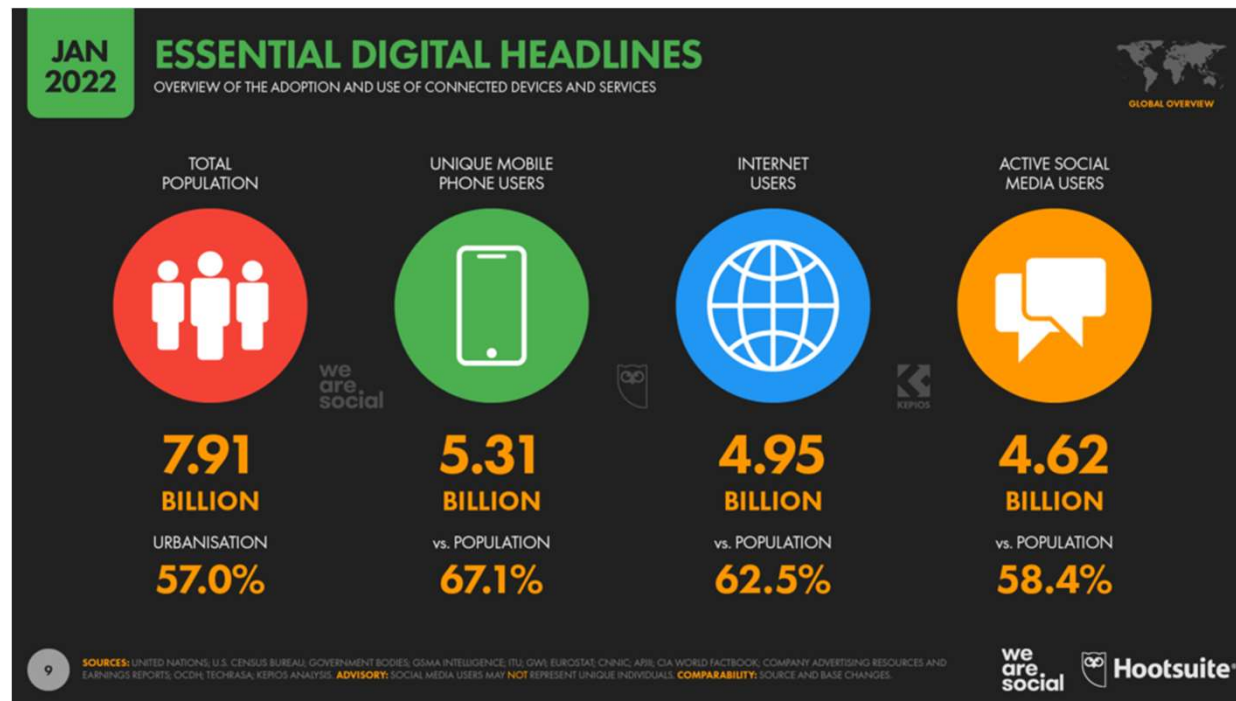
1. La televisione è la regina dei media ma registra un calo di ascolti significativo (trend negativo della TV generalista ma non della TV tematica).
2. I giornali passano da prima a ultima porta di accesso alle notizie.
3. «**Internet è la nuova spina dorsale dell'intero sistema di comunicazione** grazie alla diffusione dei device e al successo dei social network» (Censis).



#5. LO SCENARIO NELL'ERA DIGITALE

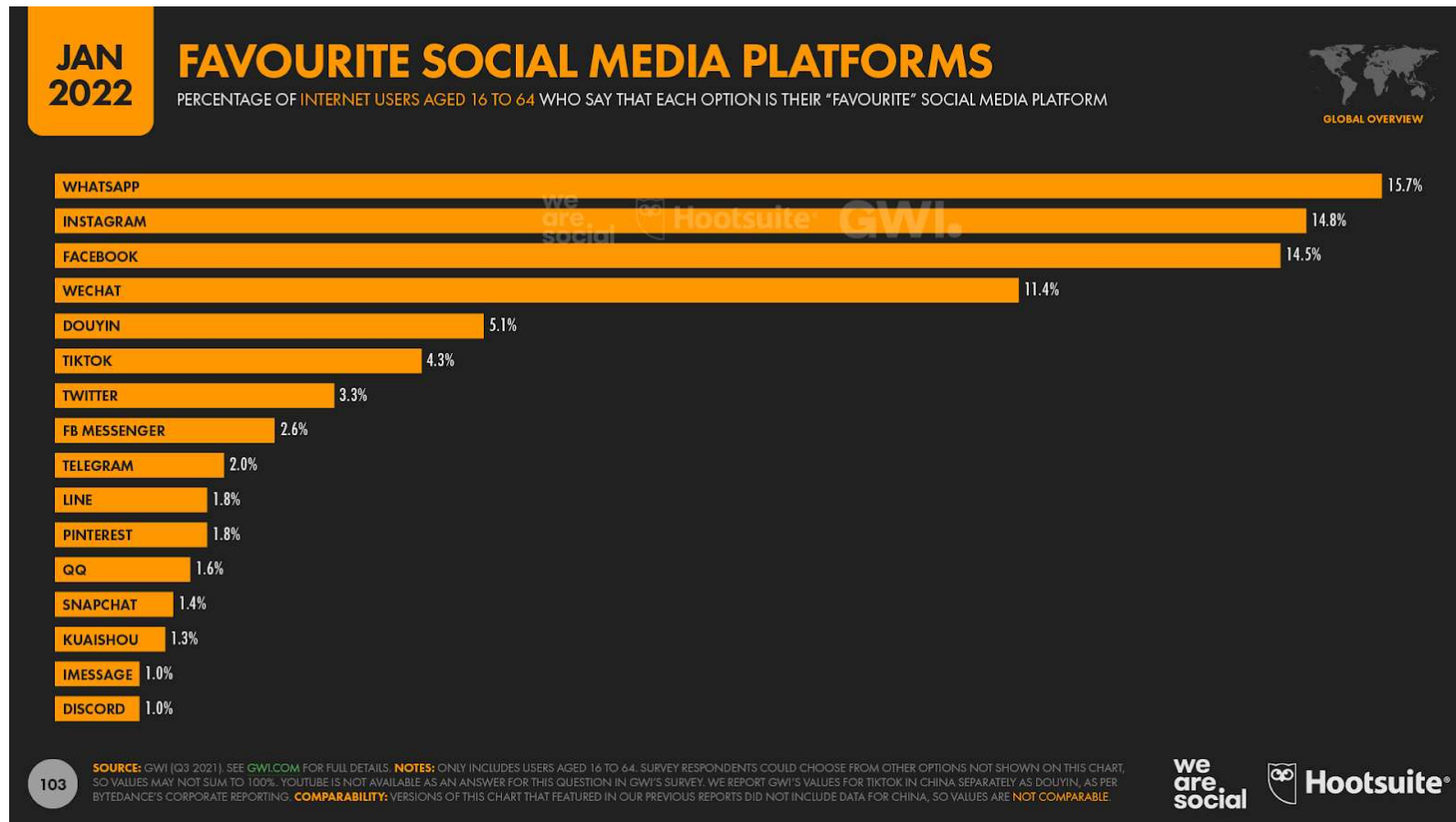
<https://wearesocial.com/it/blog/2022/01/digital-2022-i-dati-globali/>

- Oltre il 67% della popolazione mondiale usa internet (+192 milioni di persone rispetto all'anno precedente, raddoppiati in 10 anni).
- Oltre il 58% della popolazione mondiale usa i social network (+424 milioni di persone rispetto all'anno precedente, triplicati in 10 anni).



#5. LO SCENARIO NELL'ERA DIGITALE

<https://wearesocial.com/it/blog/2022/01/digital-2022-i-dati-globali/>



#5. LO SCENARIO NELL'ERA DIGITALE

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

Complice anche la pandemia di COVID-19, che ha bloccato gran parte del mondo a casa, i trend degli ultimi anni sono:

- **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.**

#6. L'ATTUALE CLASSIFICAZIONE DEI MEDIA

I media possono essere **catalogati** come:

1. **Paid media**

2. **Owned media**

3. **Earned media**

PAID



EARNED



OWNED



#6. L'ATTUALE CLASSIFICAZIONE DEI MEDIA

Paid media sono i media pagati, i mezzi che vengono comprati per ottenere visibilità e **possono essere**:

- **Offline**: TV, Radio, Stampa, Out of home, sponsorizzazioni, direct mail
- **Online**: SEM, display advertising, e-mail advertising, promozioni su pagine social

Obiettivo: awareness, recall (visibilità, notorietà, richiamo).

Plus: mirare ad un target specifico

Minus: essere percepiti come fastidiosi

#6. L'ATTUALE CLASSIFICAZIONE DEI MEDIA

Owned media sono i **media di proprietà**, ovvero i mezzi di comunicazione direttamente gestiti dall'azienda e **possono essere:**

- **Offline:** btl, comunicati stampa, merchandising
- **Online:** sito, blog, pagine social

Obiettivo: engagement e involvement (fidelizzazione)

Plus: «Facili» da gestire

#6. L'ATTUALE CLASSIFICAZIONE DEI MEDIA

Earned media sono i media guadagnati ovvero quei canali di comunicazione in cui l'azienda è presente tramite citazioni, recensioni, conversazione degli utenti e **possono essere:**

- **Offline:** Word Of Mouth, recensioni, commenti giornalistici
- **Online:** WOM , recensioni, commenti, like, citazioni sui social media

Obiettivo: Generare buzz marketing/passaparola, brand ambassador.

Minus: Difficile da gestire

#6. L'ATTUALE CLASSIFICAZIONE DEI MEDIA



#grazie

