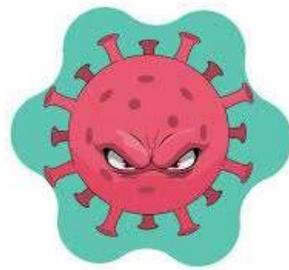




LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING
PRESENTAZIONE N° #2

INTRO, MEDIA DIGITALI E HABITAT MEDIATICO

7 maggio 2024



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, AI

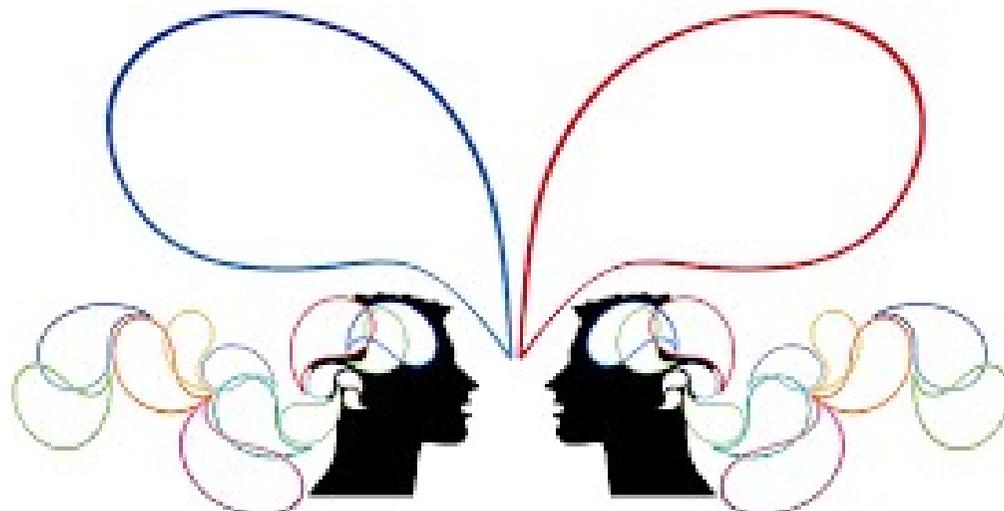
#3. HABITAT MEDIATICO

NOTA: Per le fonti del presente elaborato consultare la presentazione «#8. 2024 - Bibliografia e fonti autorevoli».

#1. INTRO E DEFINIZIONI

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

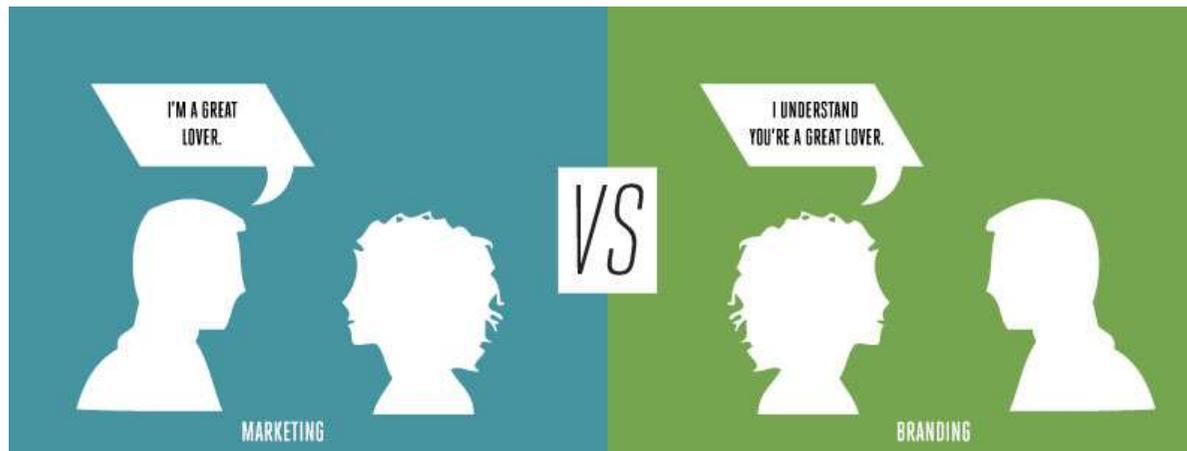
Social Media Marketing Attività volte a costruire una presenza online sulle piattaforme social allo scopo di comunicare e creare una relazione con gli utenti.



#1. INTRO E DEFINIZIONI

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

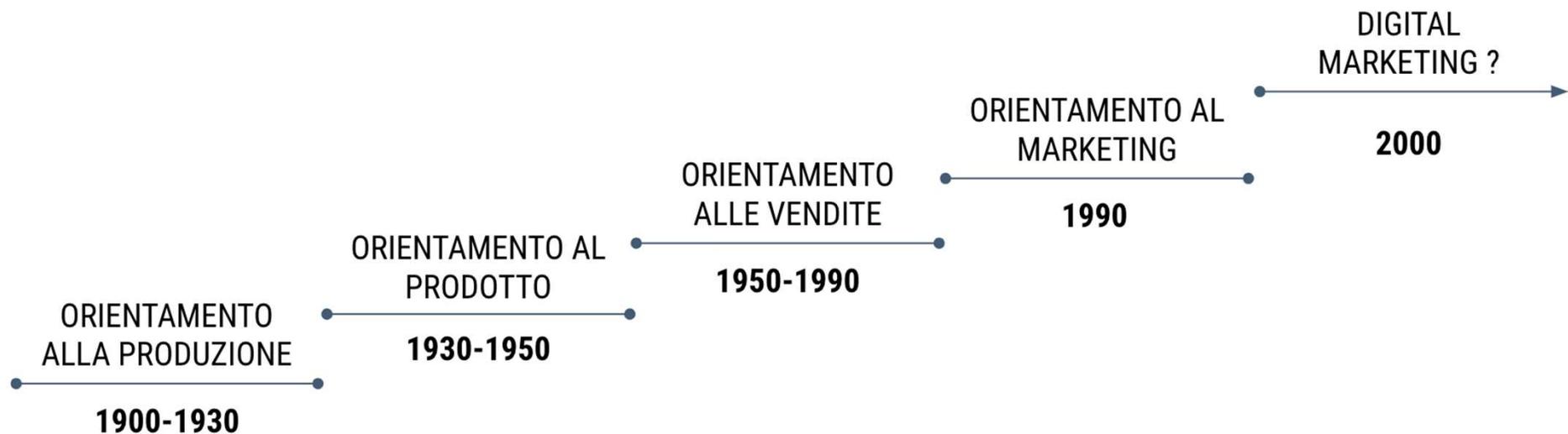
Comunicazione Processo che si costituisce quando un soggetto emittente entra in relazione con un altro soggetto ricevente.



#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).

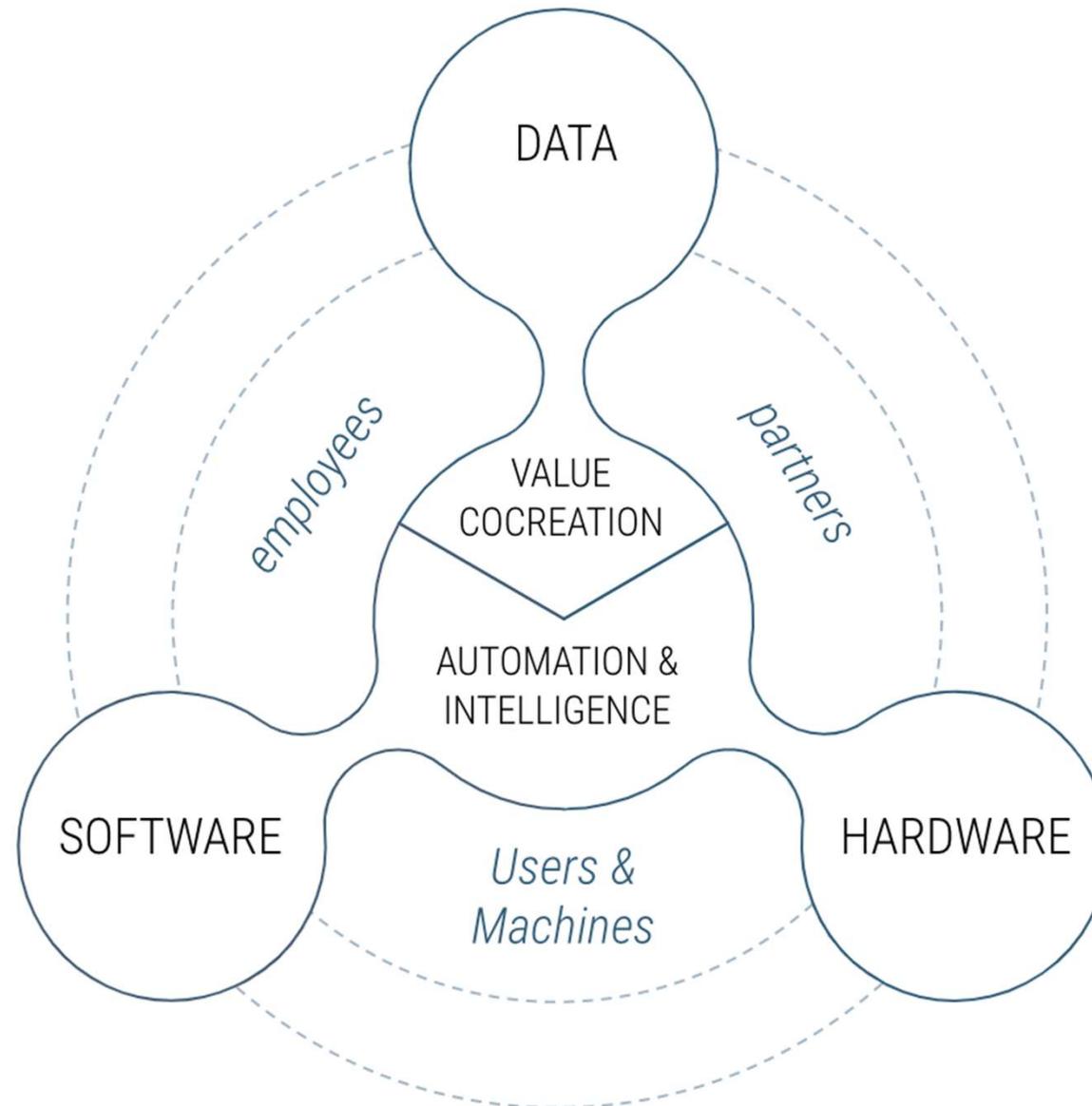
Il digital marketing è una disciplina che deve restare ancorata ai **principi fondanti della comunicazione d'impresa**, ma anche assorbire le **novità della cultura digitale** e ad utilizzarle per non perdere rilevanza. Non possiamo negare che l'utilizzo di **tool** portino a dei vantaggi competitivi.

#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.

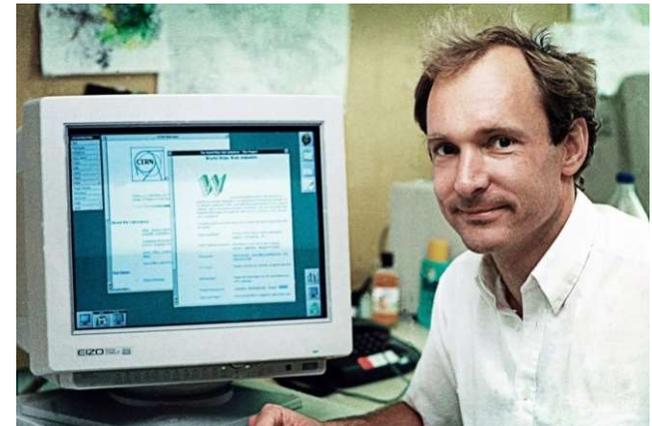
Media digitali #Mezzidicomunicazione di massa sviluppati grazie alla rete.

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

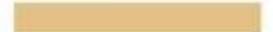
DOWNLOAD

2.0 | MOVE FORWARD | 



SELF PUBLISHING

UPLOAD

3.0 | JUMP IN | 



SELF CREATION

IMMERSION

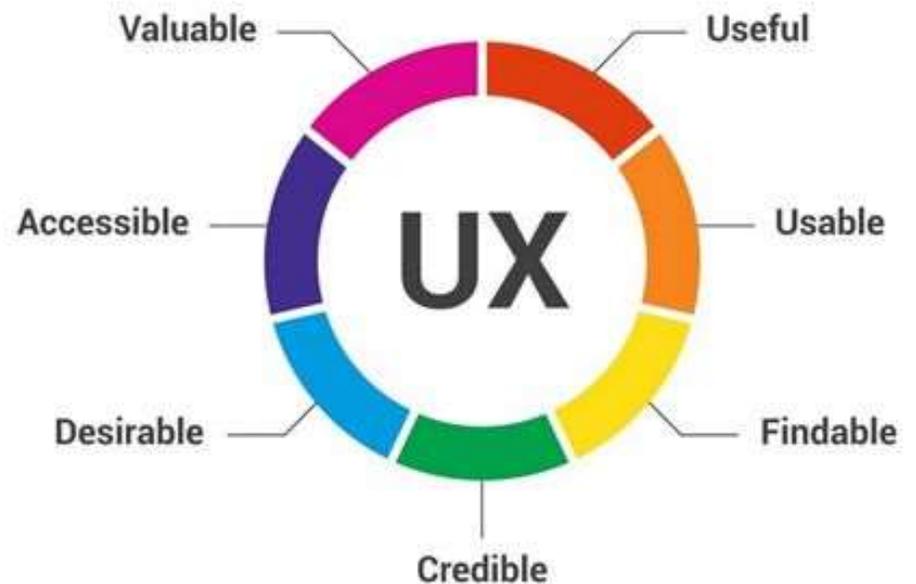
#2. I MEDIA DIGITALI

- **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

Google X   

Tutti Prodotti Siti di prodotti Immagini Video Altro Strumenti

Lana Cashmere Cotone Lino Ralph Lauren Tommy Hilfiger Calvin Klein Lacoste

Circa 9.640.000 risultati (0,35 secondi)

Sponsorizzato :

 <p>North Sails Felpa Senza Zip Uomo... 24,75 € Griffeshop.com +8,99 € di spe... Da Producthero</p>	 <p>North Sails Felpa Senza Zip Uomo... 24,75 € Griffeshop.com +8,99 € di spe... Da Producthero</p>	 <p>Polo Club - Uomo - Maglione In Fi... 64,99 € Polo Club +5,95 € di spe... Da Bigshopper</p>	 <p>North Sails Maglione Uomo... 64,00 € Griffeshop.com +8,99 € di spe... Da Producthero</p>	 <p>Uomini - Plus Size Maglione ... 20,51 € Temu Spediz. gratuita Da Google</p>	 <p>CALLIOPE - Uomini - Maglia... 7,99 € Calliope +4,99 € di spe... Da Google</p>	 <p>IN PROMOZIONE Woolrich - Uomini - Maglione... 115,00 € +60€ Woolrich Spediz. gratuita Da Google</p>	 <p>Polo Club - Uomo - Maglione Basi... 39,99 € Polo Club +5,95 € di spe... Da Bigshopper</p>
--	--	---	---	--	--	--	--

Sponsorizzato

 angelico.it
<https://www.angelico.it>

Maglioni filati di qualità | Abbigliamento uomo online – Angelico
Novità E modelli Inimitabili, Scoprii Ora

Sponsorizzato

 Falconeri
<https://www.falconeri.com>

#2. I MEDIA DIGITALI: EMAIL MARKETING

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

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: 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: YouTube 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 miliardi di persone, nel 2020 hanno accelerato l'introduzione di strumenti che abilitano le vendite.

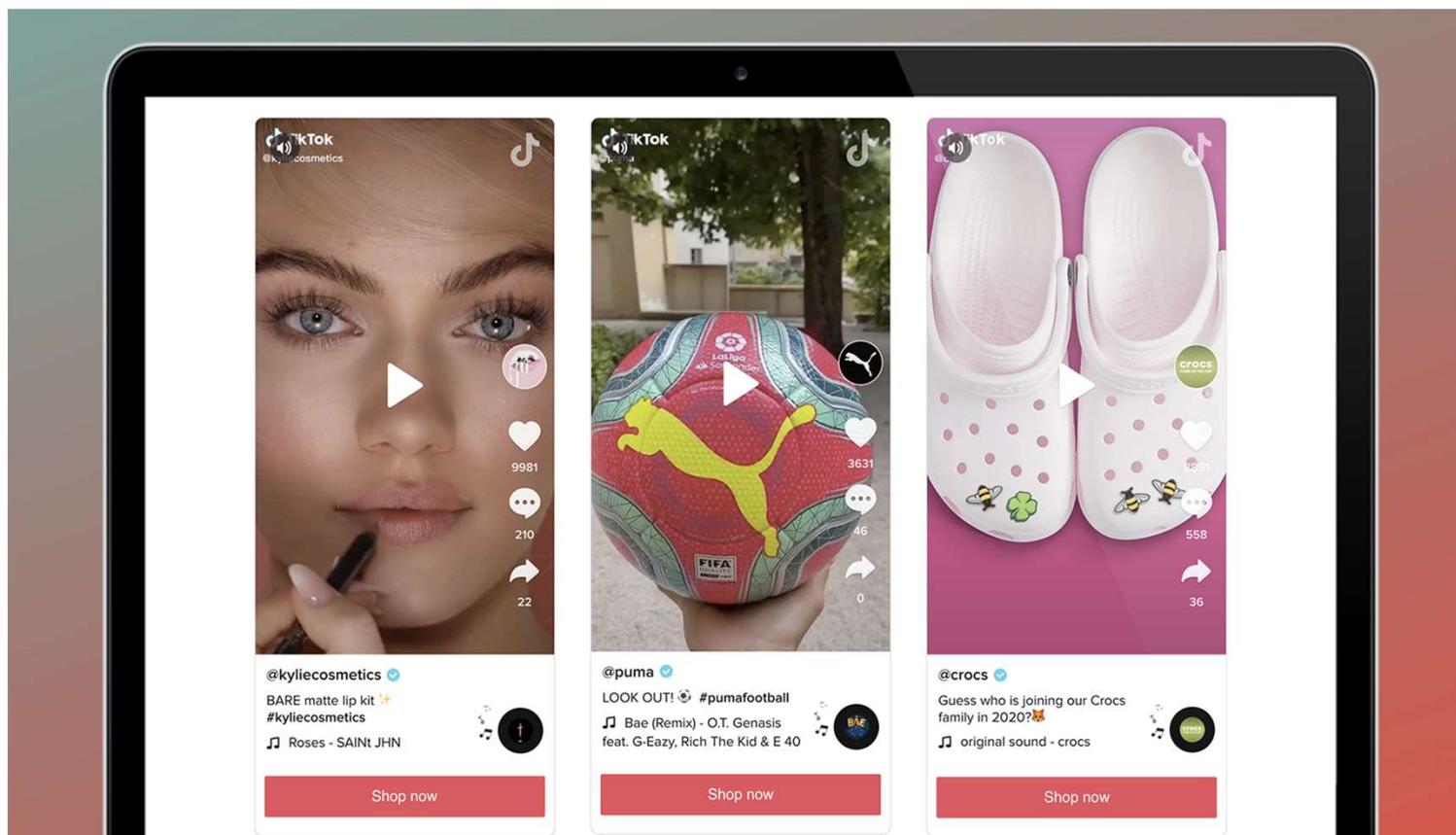
#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

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.

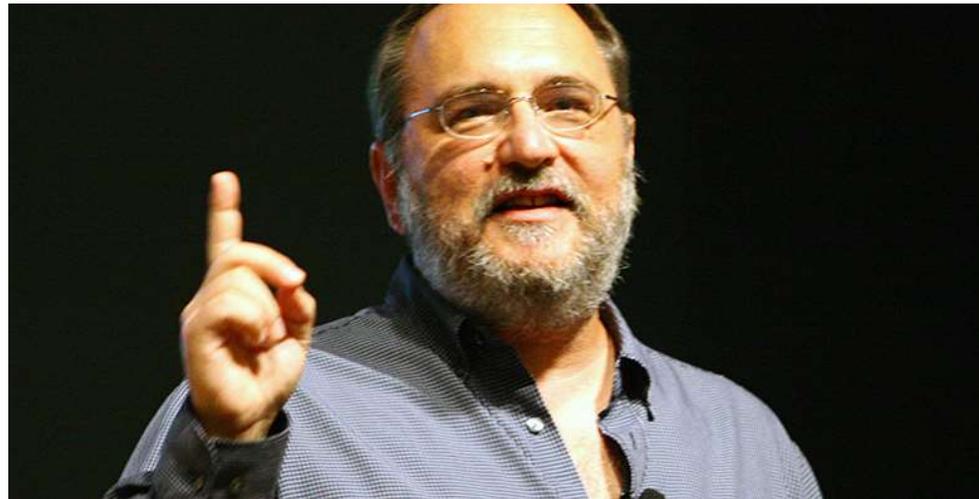
#2. SOCIAL MEDIA: DA PIAZZE A CENTRI COMMERCIALI

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: META

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: META

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.

Questo spazio è un **insieme di mondi virtuali interconnessi** che offre nuove prospettive per il coinvolgimento dei consumatori, per le capacità di rappresentazione realistica, sempre attraverso l'uso di un visore e dell'AI.



#2. I MEDIA DIGITALI: META

Gucci Town è un progetto immersivo, nato dalla collaborazione tra un marchio di alta moda e Roblox, una piattaforma di gioco online basata sul Metaverso dove gli utenti possono acquistare capi per i loro avatar Roblox, oltre a tante altre attività.

<https://www.youtube.com/watch?v=ezJFu15N3w0>



#2. I MEDIA DIGITALI: METAIA

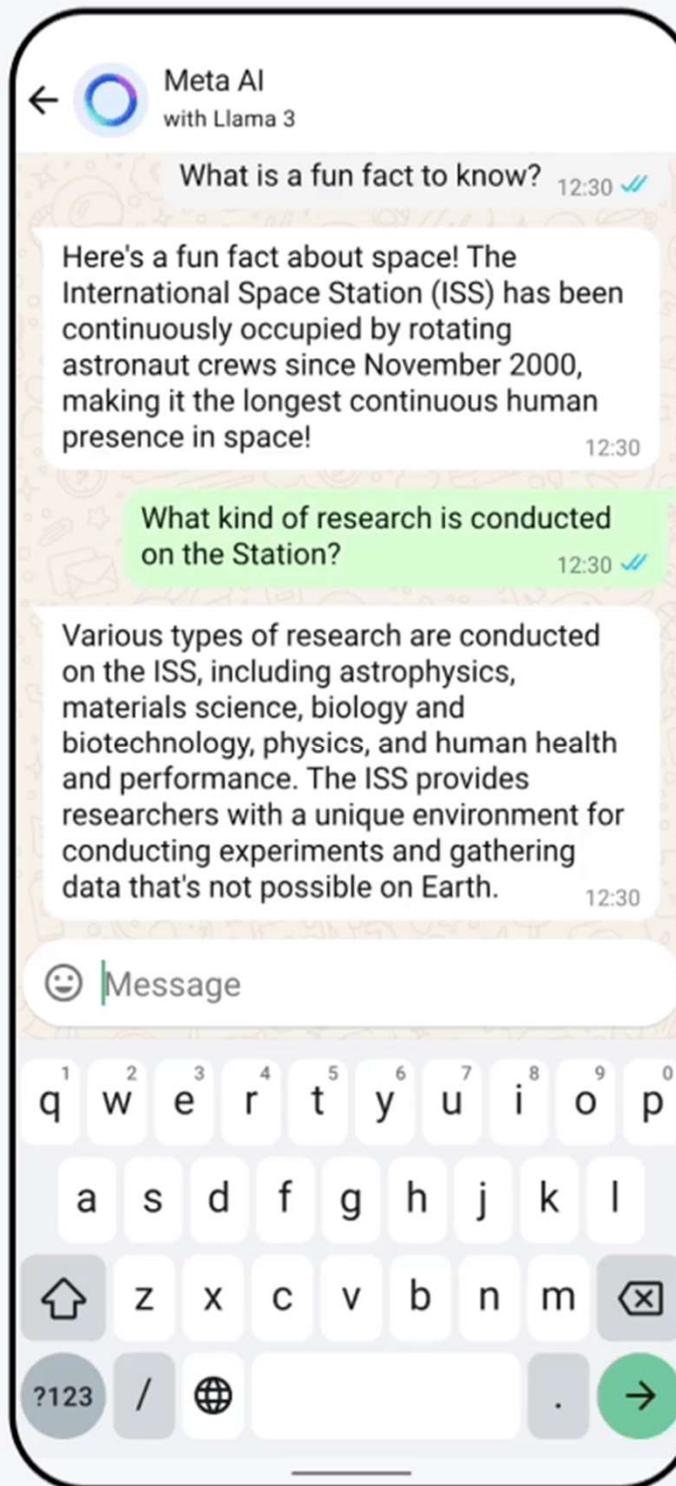
Mark Zuckerberg ha annunciato una **innovazione promettente nel mondo dell'intelligenza artificiale**: META AI Assistente integrato nelle piattaforme di Meta.

È possibile chattarci direttamente, ha accesso in tempo reale a Google, permette la generazione di immagini e animazioni in alta qualità gratis.

Disponibile negli Stati Uniti attualmente è in fase di test per comprenderne le potenzialità.

 **Meta AI**





#2. I MEDIA DIGITALI: META

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

Nel 2012 è stata acquistata da **Mark Zuckerberg** e dal 2018 **Adam Mosseri** è il capo della piattaforma.



#2. I MEDIA DIGITALI: X

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.

Il 27 ottobre 2023 Twitter è stato acquistato da **Elon Musk**, imprenditore statunitense, che il 23 luglio ha annunciato il cambio del nome in «X».



#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 Musical.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.

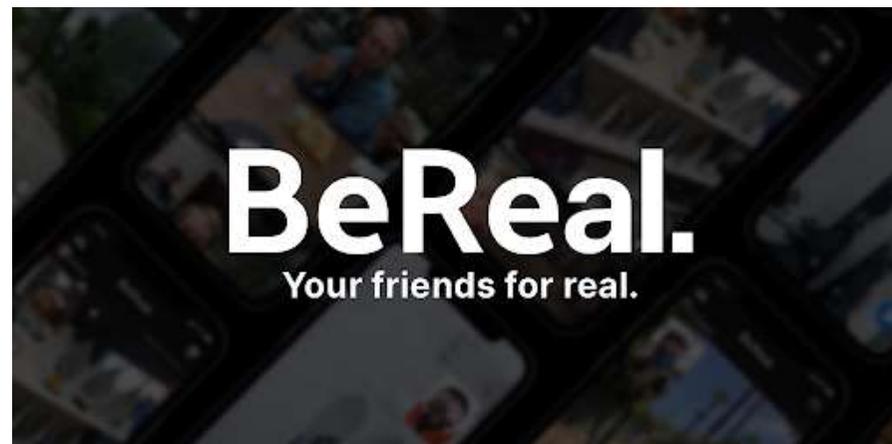
Sono dei **contenuti che raccontano il dietro le quinte** con la possibilità di interagire. È una televisione a cui si aggiunge un **effetto community** perché oltre ad essere in diretta è interattivo.

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.

#2. I MEDIA DIGITALI: QR CODE

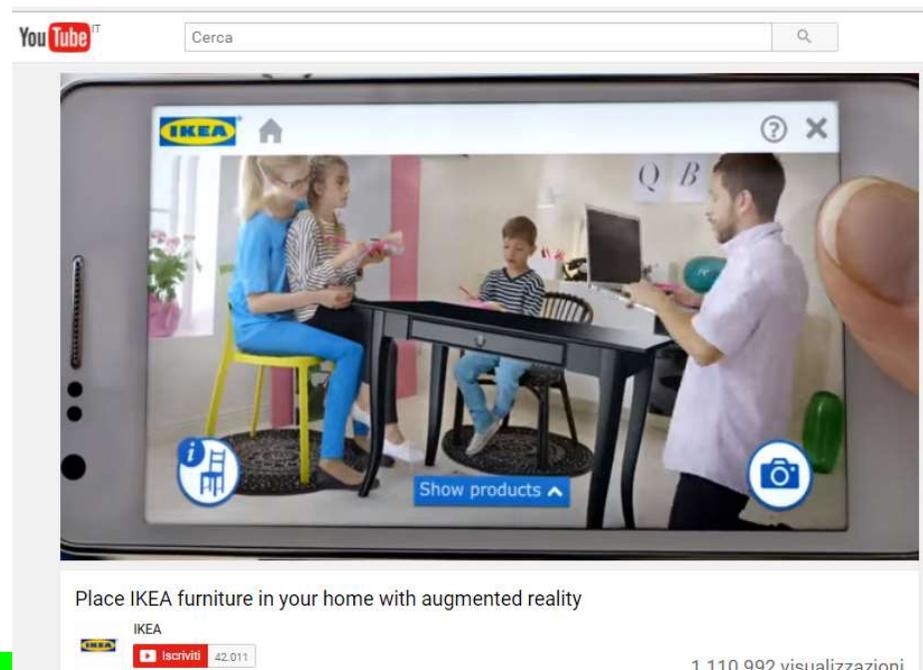
QR code *Quick Response*, codici a barre bidimensionali composti da moduli disposti su un quadrato che rivelano un contenuto memorizzato.



#2. 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)



#2. I MEDIA DIGITALI: AR

Un caso studio interessante che utilizza questa tecnologia è **Snapchat Lens di Gucci**

<https://www.snapchat.com/lens/f184f4bfe28441418e7ff2753777a7e4?locale=it-IT>



#2. I MEDIA DIGITALI: RV

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

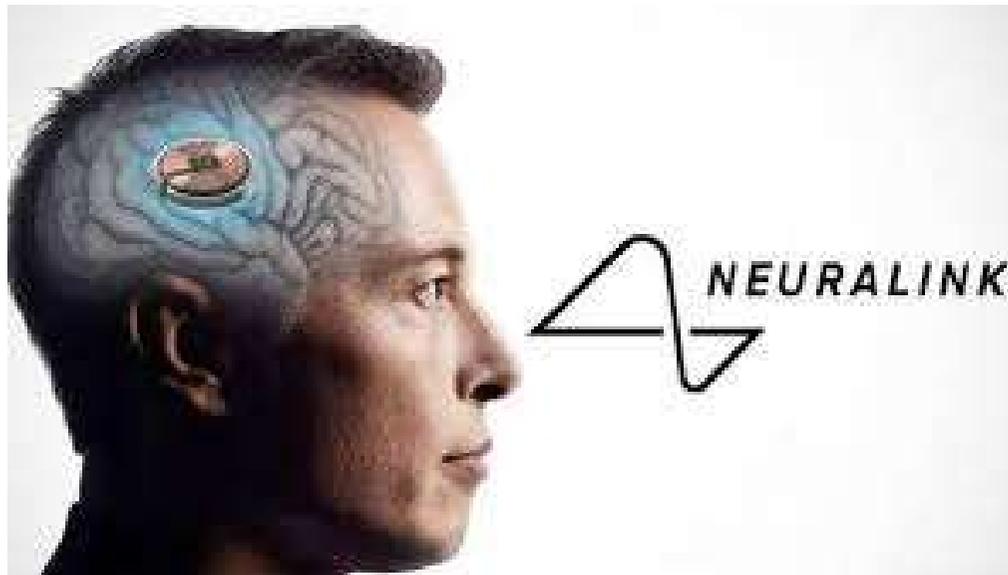
Si avvale di visori, dispositivi innovativi per vivere esperienze digitali coinvolgenti, pensati per trasportare gli utenti in mondi virtuali.



#2. I MEDIA DIGITALI: RV

Con **Apple Vision Pro** è possibile navigare con gli occhi
<https://www.youtube.com/watch?v=TX9qSaGXFyg>

Elon Musk, con la sua startup Neuralink ha installato il suo primo impianto cerebrale in un essere umano allo scopo di potenziare capacità umane.



#2. I MEDIA DIGITALI: AI

L'interesse di creare macchine che potessero emulare le capacità cognitive umane ha radici antiche.

Il termine è stato coniato nel 1955 da **John McCarty**, informatico statunitense, segnando l'inizio una nuova era nell'evoluzione tecnologica.

L'AI viene utilizzata nel marketing sfruttando l'apprendimento automatico che consente di approfondire con precisione lo studio del comportamento dei consumatori.

#2. I MEDIA DIGITALI: AI

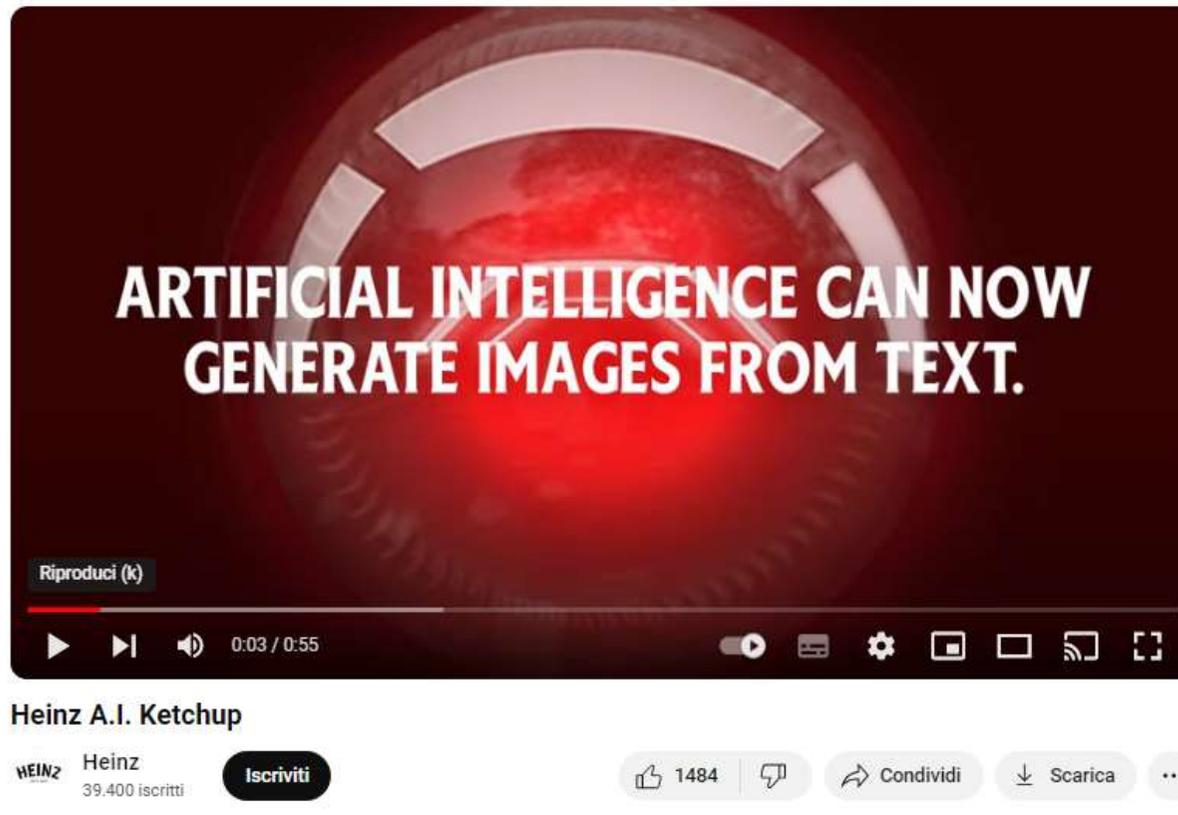
Inoltre per la creazione di pubblicità, testi, grafiche e contenuti video l'AI risulta molto utile.

Singolare il caso della **campagna Open to Meraviglia** realizzata da Testa e #infinitewonder realizzata con Midjourney.



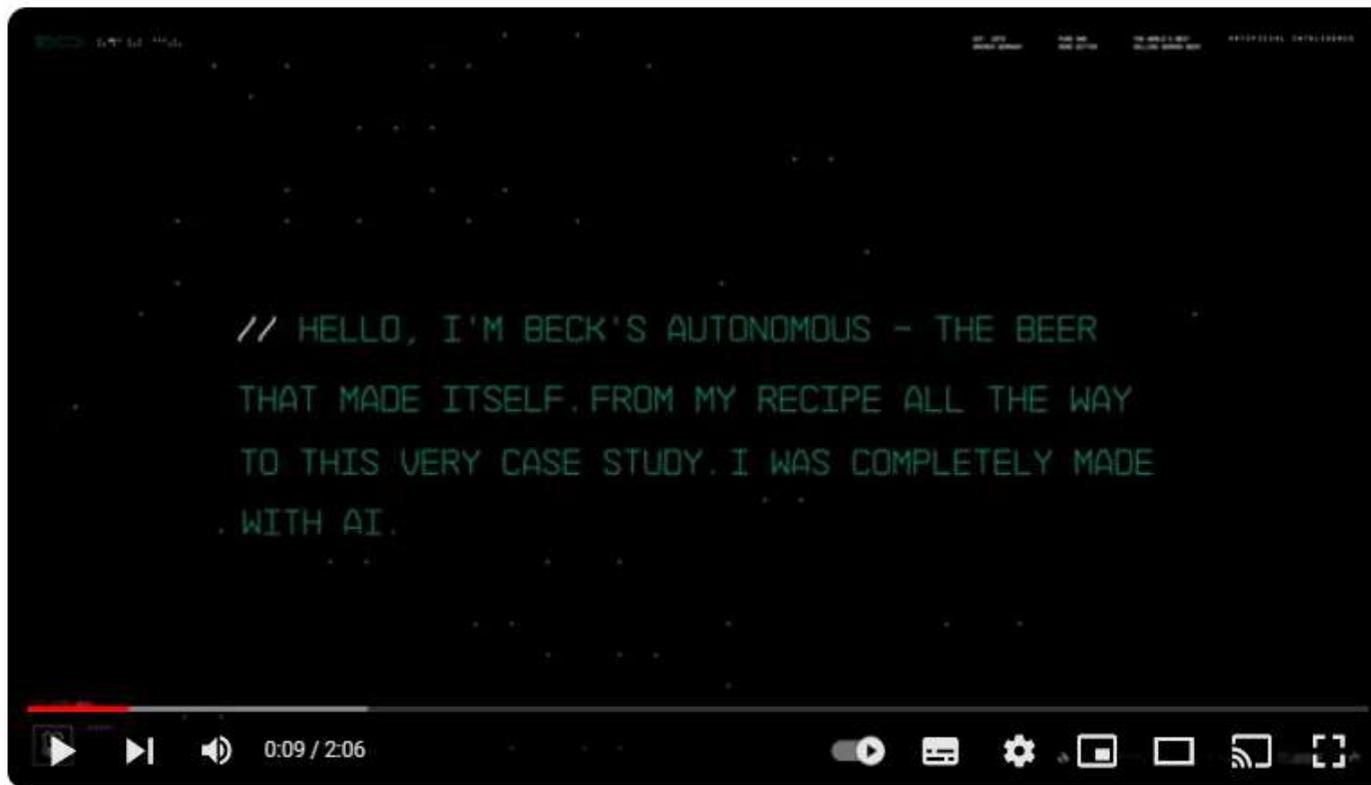
#2. I MEDIA DIGITALI: AI

Heinz è brand che ha sfruttato le capacità coinvolgenti dell'AI
<https://www.youtube.com/watch?v=LFmpVy6eGXs>



#2. I MEDIA DIGITALI: AI

Altro caso studio interessante è la campagna di Beck's.
<https://www.youtube.com/watch?v=DLxso2mBeuQ>



Beck's Autonomous. The Beer That Made Itself.

 GabrielFelipe GabrielFelipe **Iscriviti**

 4



 Condividi

 Scarica



#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

<https://wearesocial.com/it/blog/2024/02/digital-2024-i-dati-globali-5-miliardi-di-utenti-sui-social-media/>

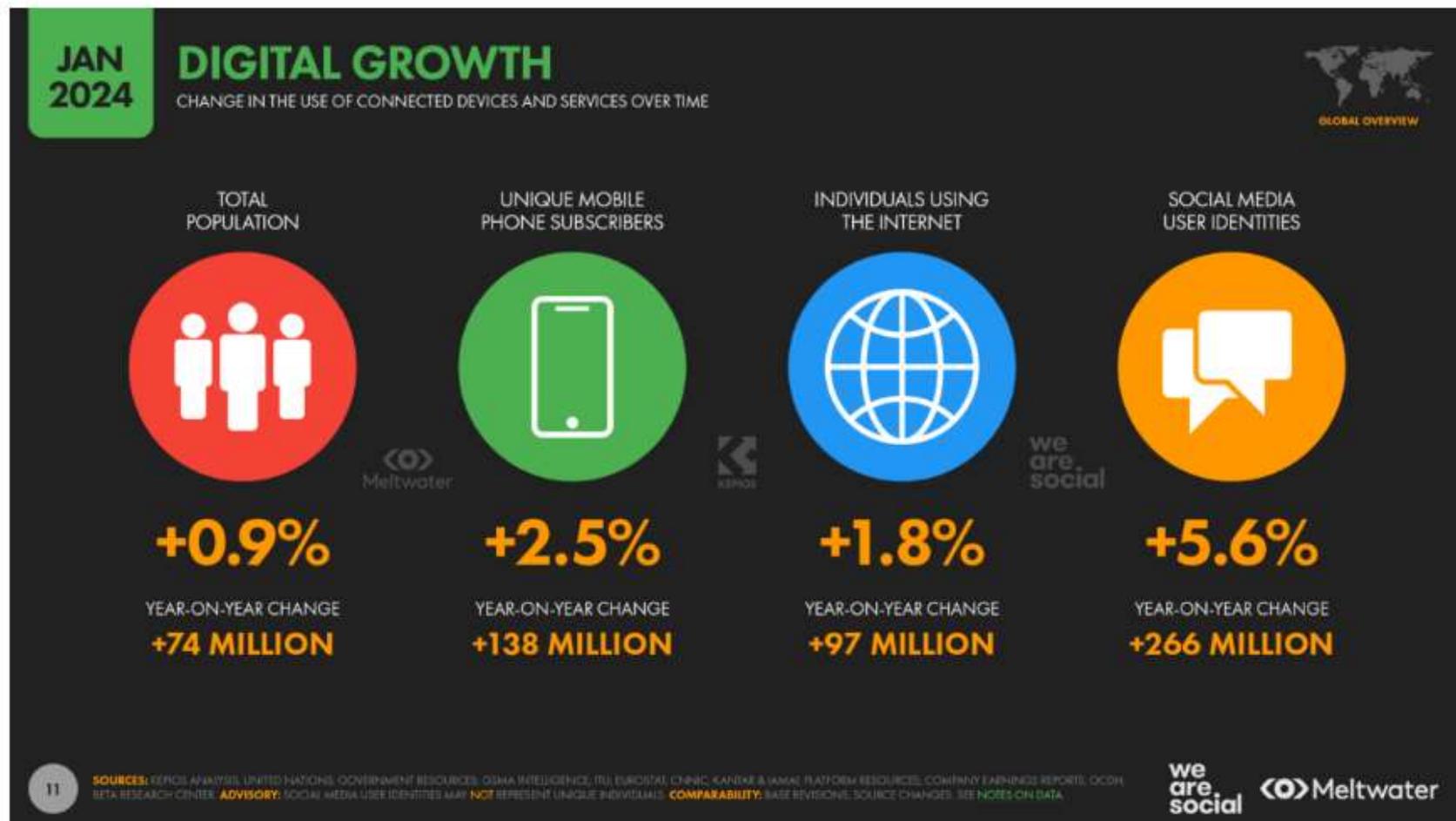
Ogni anno il report Digital di we are social ci fotografa i **comportamenti digitali** più significativi dell'ultimo anno.

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

- **L'uso dei social media continua a crescere:** l'80% della popolazione mondiale è sui social (5 miliardi di utenti)
- **I social più usati sono Facebook** (piattaforma con più utenti registrati), **Instagram** (piattaforma preferita) e **TikTok** (piattaforma dove si spende più tempo).
- La **spesa pubblicitaria digitale è cresciuta del 10%** su base annua.

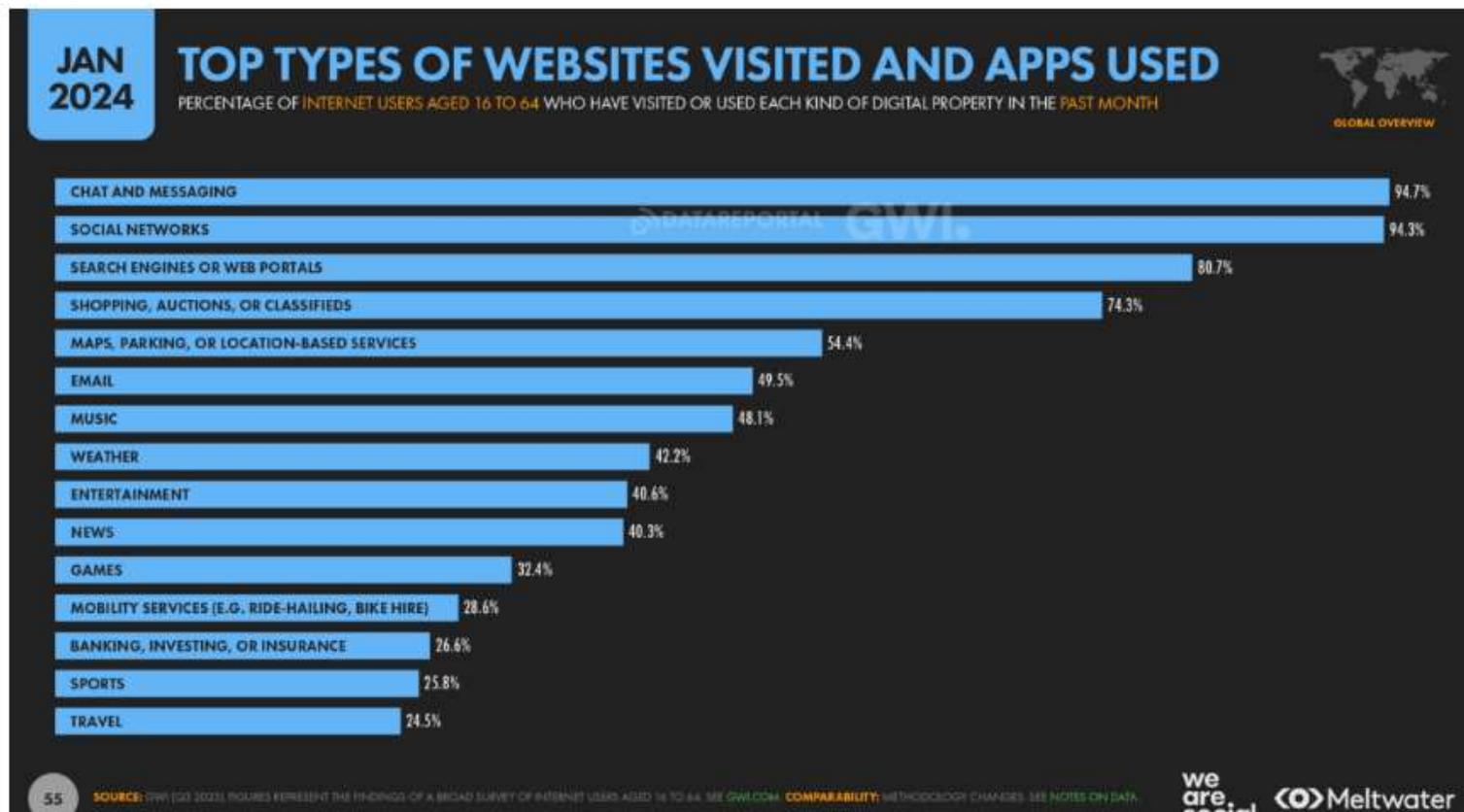
#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

Le percentuali di crescita rispetto all'anno precedente



#3. HABITAT MEDIATICO NEL MONDO

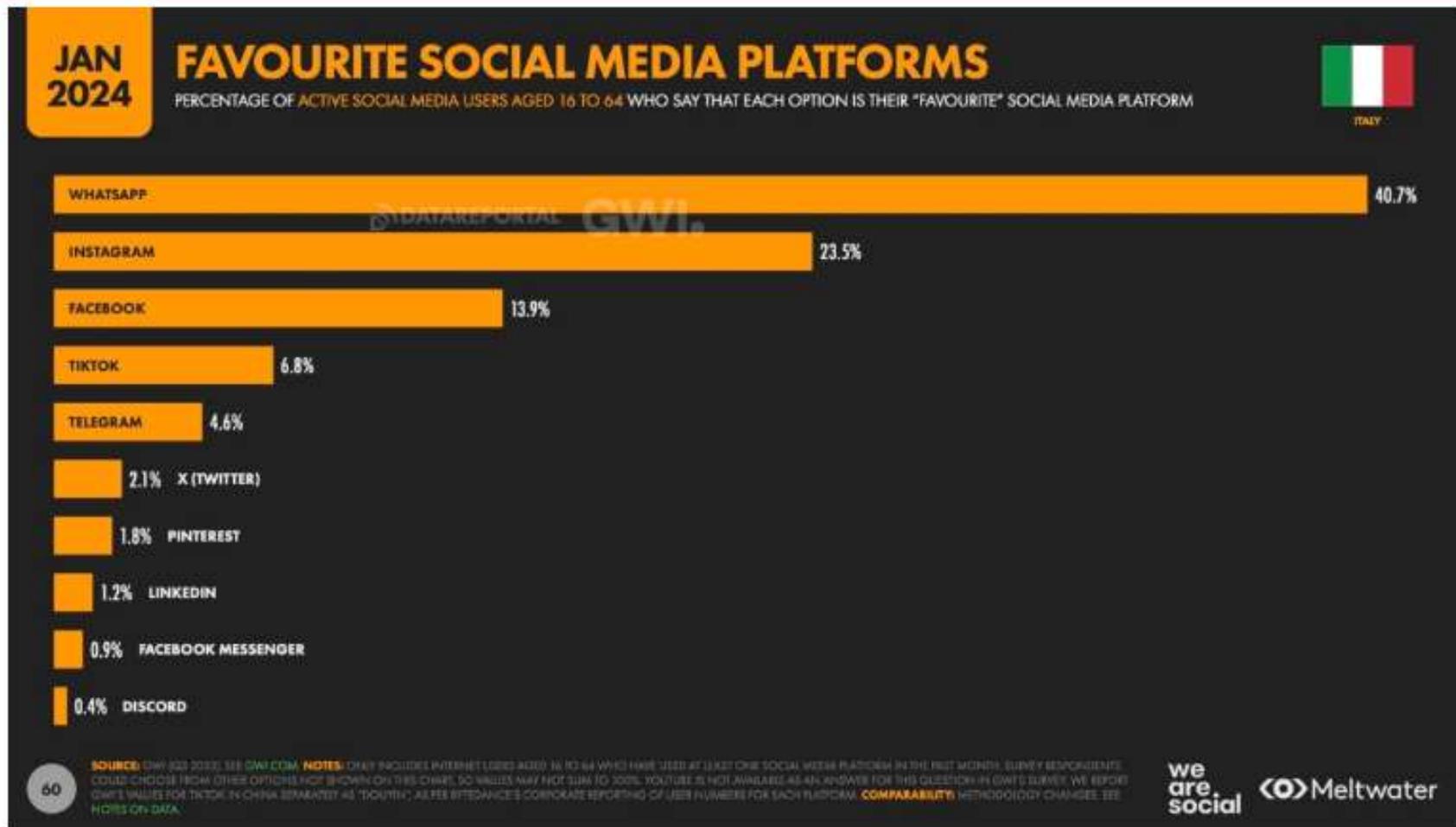
Aumenta il tempo che trascorriamo online. Le ricerche mostrano che l'utente medio di Internet ora trascorre **6 ore e 40 minuti online ogni giorno**. L'utente "tipico" dei social media trascorre sulle **piattaforme 2 ore e 23 minuti al giorno**. E cosa fanno le persone connesse?



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

<https://wearesocial.com/it/blog/2024/02/digital-2024-i-dati-italiani/>

WhatsApp, oltre che la più usata, è anche la piattaforma social preferita dagli italiani (40,7%).



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Moda e lusso trainano gli acquisti online.

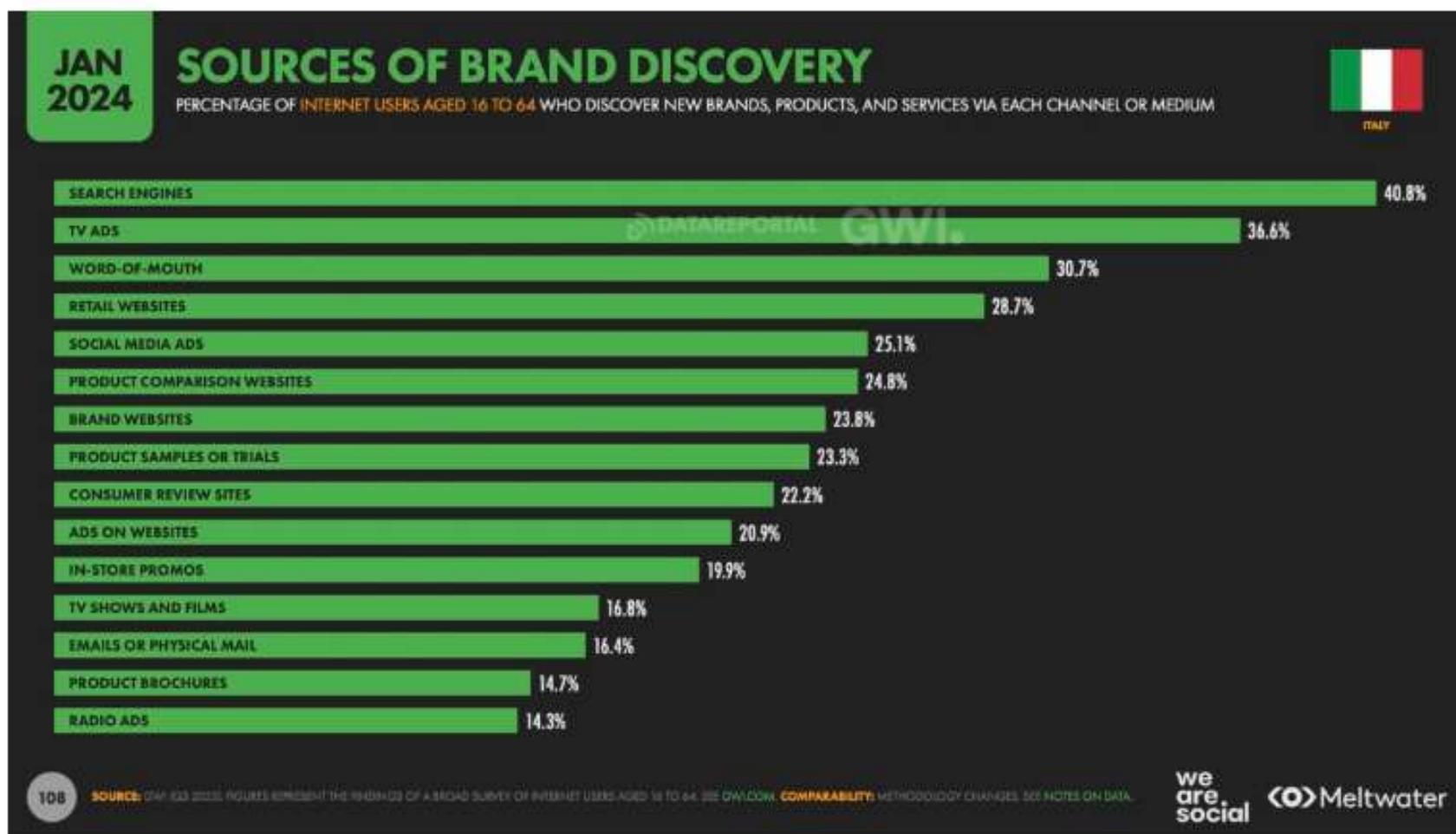


#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Il rapporto con i brand è sempre più social



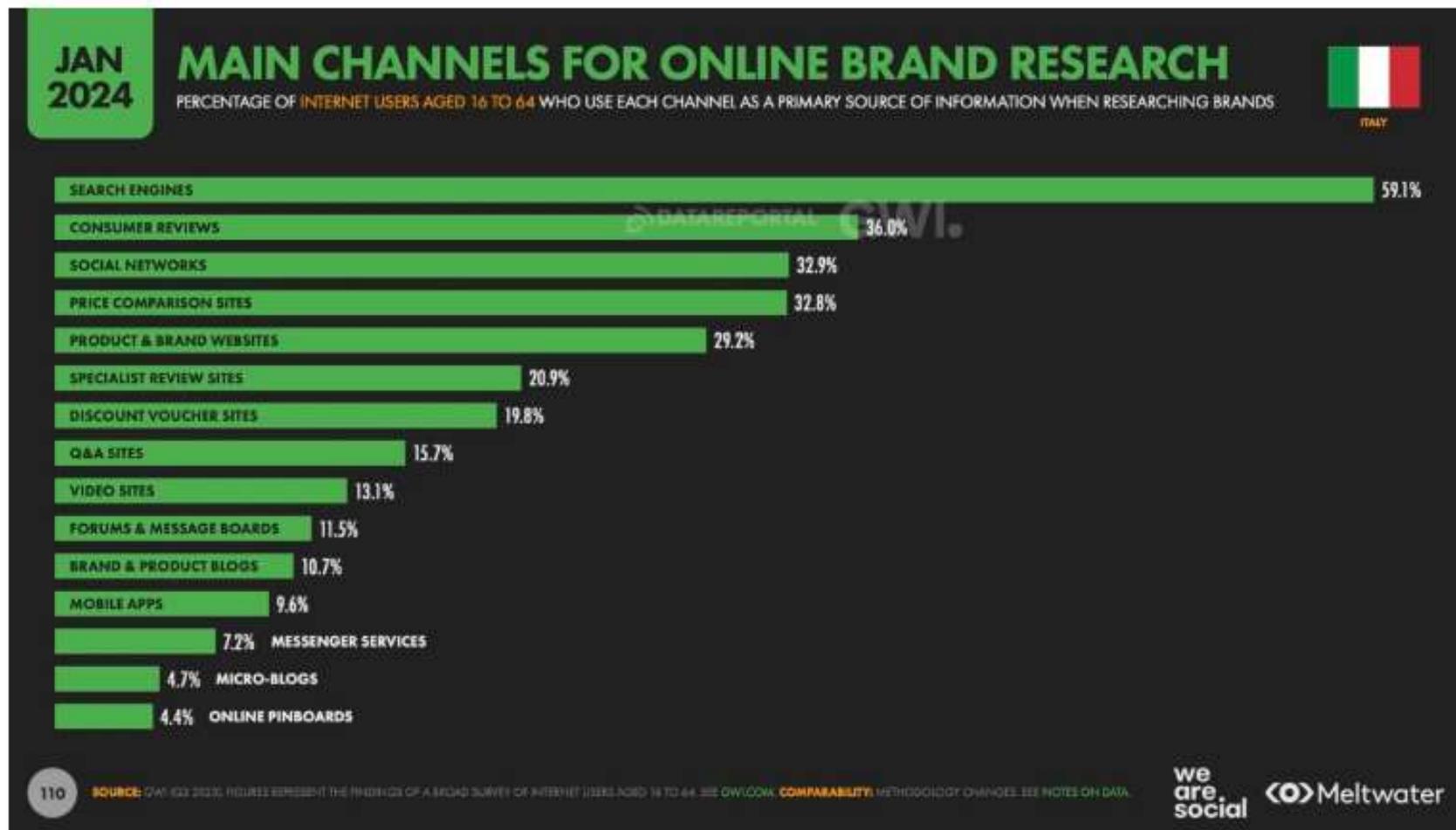
#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Aumenta (di +6,8%) anche il numero di persone che afferma di aver **cliccato su un contenuto social sponsorizzato** (14,1%).



#3. HABITAT MEDIATICO IN ITALIA

Interessante notare come stia **crescendo l'abitudine a recarsi sulle piattaforme social** per cercare informazioni sui brand (+0,6% rispetto all'anno scorso).



#grazie

