



LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING
PRESENTAZIONE N° #4

IL MONDO DI INSTAGRAM

14 maggio 2024



SOMMARIO

#1. INTRO: LA PIATTAFORMA

#2. LA (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

#3. LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE. LE STRATEGIE VINCENTI

#4. MONITORARE I RISULTATI

#5. CASE HISTORY DI INTERESSE

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

#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Instagram è il social network dedicato esclusivamente alle **immagini (fisse o in movimento) più diffuso al mondo** che si basa sulla condivisione di contenuti/emozioni visuali (non di connessioni sociali).

La presenza su questo canale implica la volontà di fare **visual content strategy**.

Instagram rappresenta oggi la piattaforma che più si presta a fare **tendenza tra la generazione Y** (millennials, nati tra il 1980-1995) **e la generazione Z** (teens o post-millennials nati tra 1995-2010) a giocare con la capacità di mettersi in mostra, di essere creativi e di reinventarsi.

#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

L'applicazione nasce nel 2010 da un'idea di **Kevin Systrom e Mike Krieger** con il marchio di fabbrica utilizzando solo fotografie in forma quadrata (1:1), in **omaggio alle Polaroid**, con la volontà di **posizionarsi come lo strumento digitale di immagini istantanee**.

IG viene utilizzato, al pieno delle sue funzionalità, **solo da mobile** (smartphone e tablet) proprio per non snaturare l'originalità di questa piattaforma.



#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Il **social network creativo** si basa sulla condivisione di fotografie, immagini e l'etimologia della parola è una combinazione di:

- **Instant** parola che esprime il concetto di istantaneità .
- **Telegram** che suggerisce un significato di importanza nella comunicazione (l'azienda si occupa di comunicazione non di fotografia).



#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Gli utenti appassionati della piattaforma sono chiamati Instagramers o Igers e vanno a formare una vera e propria **Community mondiale** (fondata da Philippe Gonzalez nel gennaio 2011 a Madrid) il cui intento è quello di diffondere la conoscenza e la diffusione di Instagram attraverso il mobile photography anche con **eventi** e **challenge** (Awards per i profili più meritevoli, ma anche Instameet e Instawalk).

Esiste una app chiamata **Instagramers** dove sono presenti, notizie, tutorials, tools e link relativi alla Community.



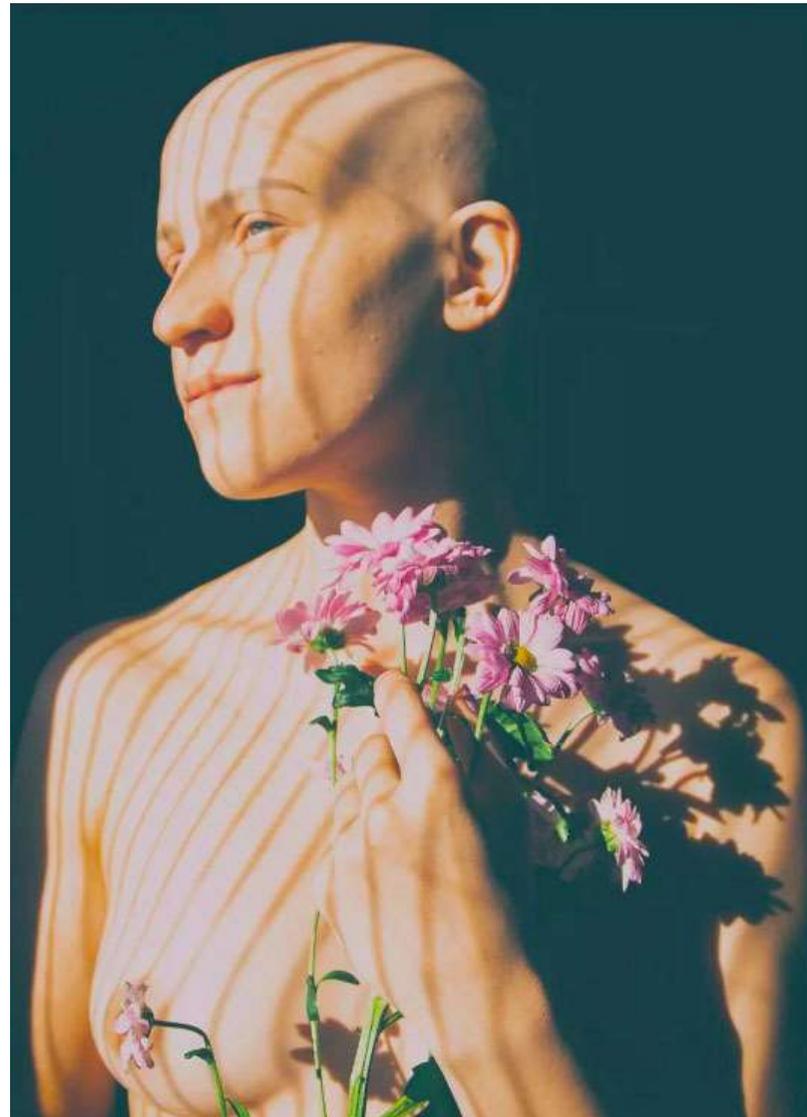
#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

I gruppi nel mondo sono diverse centinaia e in continua crescita. In Italia sono presenti circa 100 Community tra regionali e locali.

The screenshot shows the Instagram profile of IgersItalia. On the left, there is a navigation menu with an 'X' icon and a gear icon labeled 'Impostazioni'. The main content area features a back arrow, the profile name 'IgersItalia®' with '20.405 post', and a 'Segui' button. The profile picture is a colorful logo with a yellow sun in the center. Below the profile picture is the bio: 'IgersItalia® @igersItalia Dal 2011, il primo network dedicato agli Igers© in Italia 🇮🇹 #igersitalia Seguici anche su IG: IgersItalia FB: IgersItalia'. At the bottom, it shows 'Community Italia', the website 'igersitalia.it', and 'Iscrizione: aprile 2011'. The follower count is '1.170 following' and '15.649 follower'. The main image in the post is a promotional graphic for the 'PREMIO FOTOGRAFICO NAZIONALE IGERSTITALIA 2023' with logos for CINECITTA, lonely planet, and Cosmico.

#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Scatto del vincitore Igers dell'anno 2023



#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Nelle Marche abbiamo:

@IgersMarche

@IgersAncona

@IgersMacerata

@IgersPesaroUrbino

@IgersPiceni



igersmarche

Segui già ▾

Messaggio



Post: 3.164

35.000 follower

1.628 profili seguiti

Igers Marche®

Community ufficiale network @igersitalia

Scopriamo e raccontiamo la nostra Regione col ❤️

@raccontidimarche @elo77anto

Diventa Socio Igersitalia 📌

www.igersitalia.it/iscriviti-a-igersitalia

Followers: [graphic_design_unimc](#), [marcheforkids](#), [sibillini_smt](#) e altri 45



LongobardExp



VAL MIVOLA



ARTE&MODA



FRITTO MISTO...



Arcevia



IgersXmasParty



Tour Cingoli

POST

REELS

POST IN CUI TI HANNO TAGGATO



#1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM



Community ufficiale network @igersitalia

igersmarche

igersmarche @igersitalia e l'Associazione @longobardinitalia lanciano in partnership #LongobardExperience, una serie di instameet mirati a raccontare, attraverso il web e i social, le tracce dei #Longobardi in #Italia.

Il 6 e 7 maggio, a #MonteSantAngelo, in provincia di #Foggia, va in scena la seconda tappa.

Le due giornate saranno dedicate a un territorio in cui, nel corso dei secoli, Bizantini, Longobardi, Normanni, Svevi, Angioini e Aragonesi hanno lasciato importanti segni del loro passaggio facendone uno scrigno di storia e di monumentale cultura. La Longobard Experience a Monte Sant'Angelo si svolgerà a margine della VI edizione del #FestivalMichael, in un intreccio tra folklore, spiritualità ed enogastrìa.

- Seguiteci!
- @comunemontesantangelo @infopointmontesantangelo @museotancredi @weareinpuglia @regionepuglia @igersfoggia @igerspuglia
- Foto di: @pasciuffreda

👍🗨📍🔖

👍 Piace a igersancona e altri 71

MAGGIO 3

😊 Aggiungi un commento... Pubblica

LONGOBARD EXPERIENCE
INVASIONE ITERS
MONTE SANT'ANGELO
6 & 7 MAGGIO 2023

ITALIA LANGOBARDORUM | igersitalia | Ministero della Cultura | Regione Puglia | Festival Michael

#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

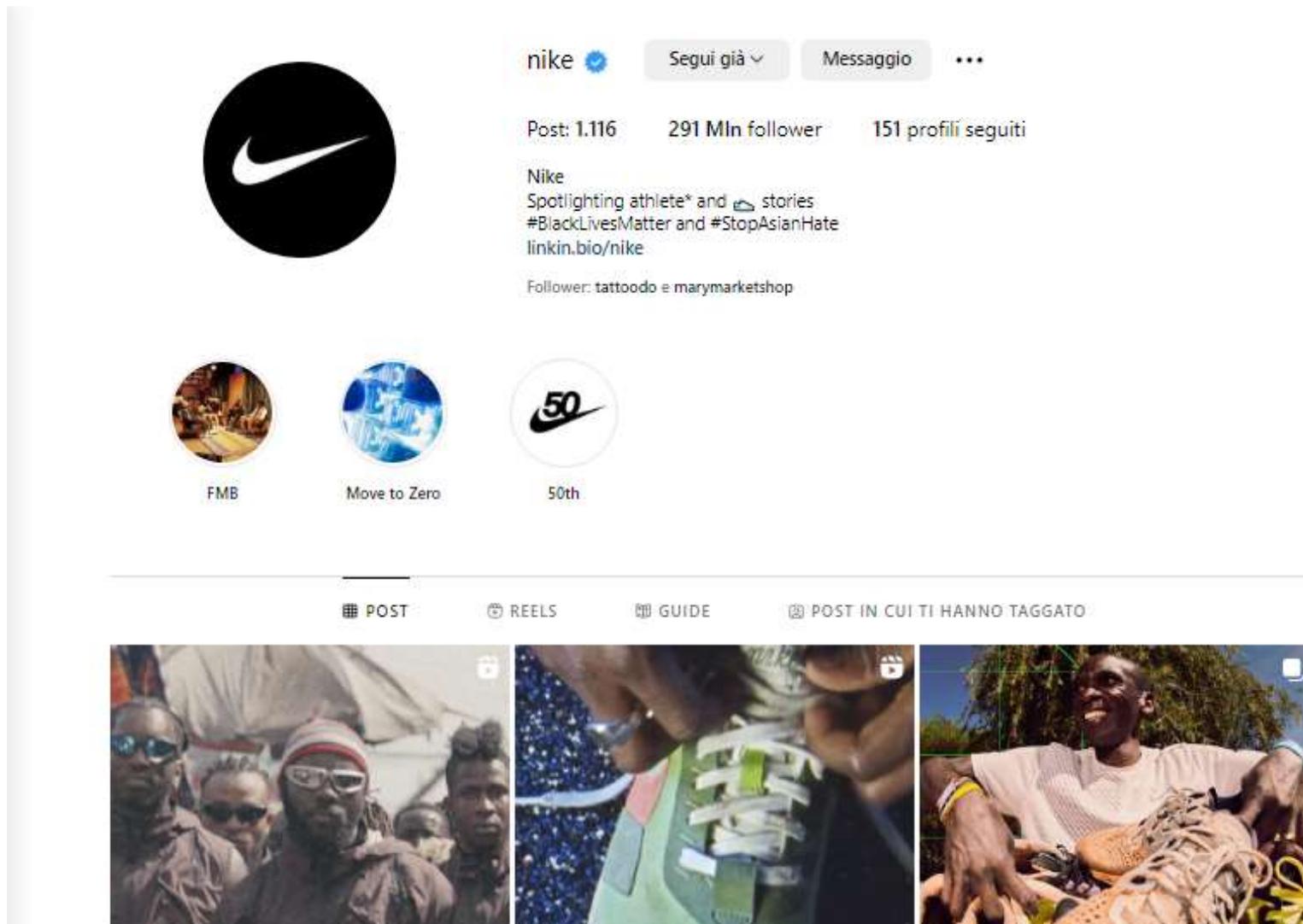
Primi step: la bio

Rappresenta un'occasione unica per far capire chi sei, cosa offri e farti seguire e convertire

- **Scegliere uno Username:** Nome dell'azienda. Se non si ha un naming è importante scegliere un username semplice e facile da ricordare. Può aiutare inserire nel nome l'attività o la città. Sarebbe opportuno avere un unico nome per tutti i social.
- **Profilo:** pubblico o privato?
- **La foto:** è preferibile mettere il logo o il pittogramma. Se ci sono scritte devono essere visibili.

#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

Primi step: la bio



#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

- **Descrizione:** si hanno a disposizione 150 caratteri. Chiediti: cosa rende unico il tuo brand? Quali servizi offre? Come si differenzia dalla concorrenza? Sintetizza in una breve frase immediata.

Si possono includere anche **parole chiave** e **hashtag**: identificare il settore, prodotti, servizi, luogo, target personas.

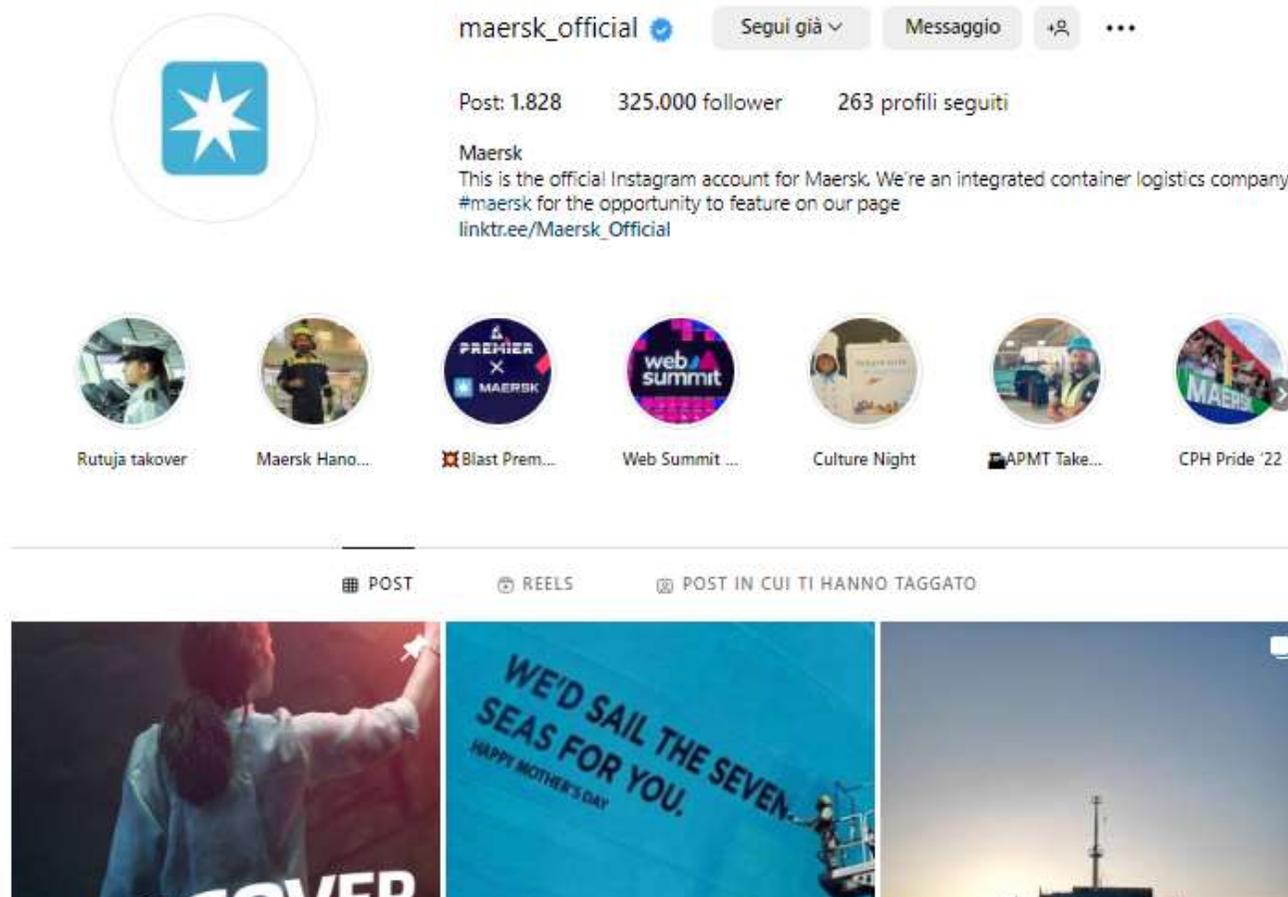
La bio deve suonare umana ed essere chiara.

Puoi usare **emoji** per creare un piccolo elenco puntato che separi i punti più importanti: chi siamo, cosa facciamo, call to action.

Deve rispecchiare il tono di voce del brand.

#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

È l'occasione per comunicare che la pagina è stata pensata come una piattaforma collaborativa.



#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

- **Inserire un link:** da un anno si è aggiunta la possibilità di aggiungere fino a 5 link cliccabili in bio. Utilizzali per mettere in evidenza l'offerta del momento o comunicare l'iscrizione alla newsletter.
- Un'alternativa è aggiungere una **pagina Linktree** dove si possono raccogliere tutti i link (sito, landing page, blog, e-commerce e pagine social ecc). È disponibile sia la versione free che a pagamento.



#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

- **Inserire: e-mail e l'indirizzo** (con il recapito e la mappa)
- **Collegamento ai Social Network**
- **Tra follower e profili seguiti cercate di mantenere una proporzione.** Consiglio di non superare di 2 il rapporto profili seguiti/follower (es. 200 profili seguiti 100 follower).



moveandlift_jesi

Invia un messaggio



73 post

751 follower

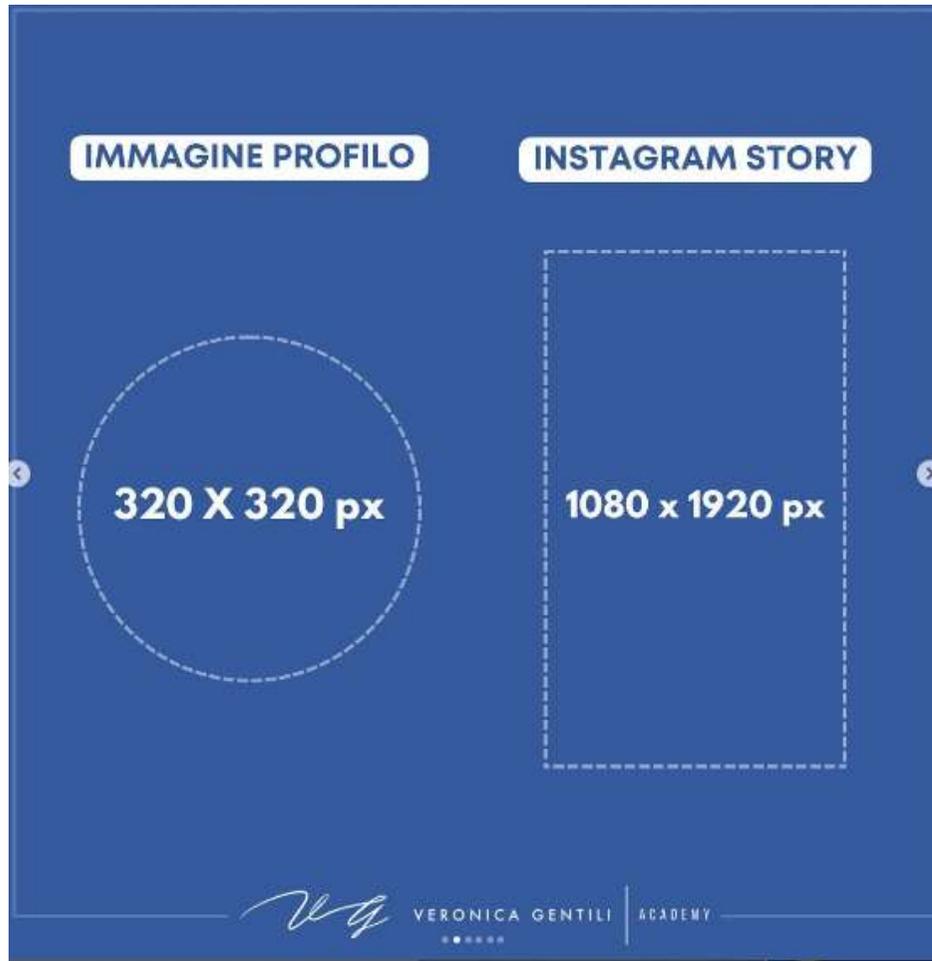
2.471 profili seguiti

Move and Lift A.s.d.

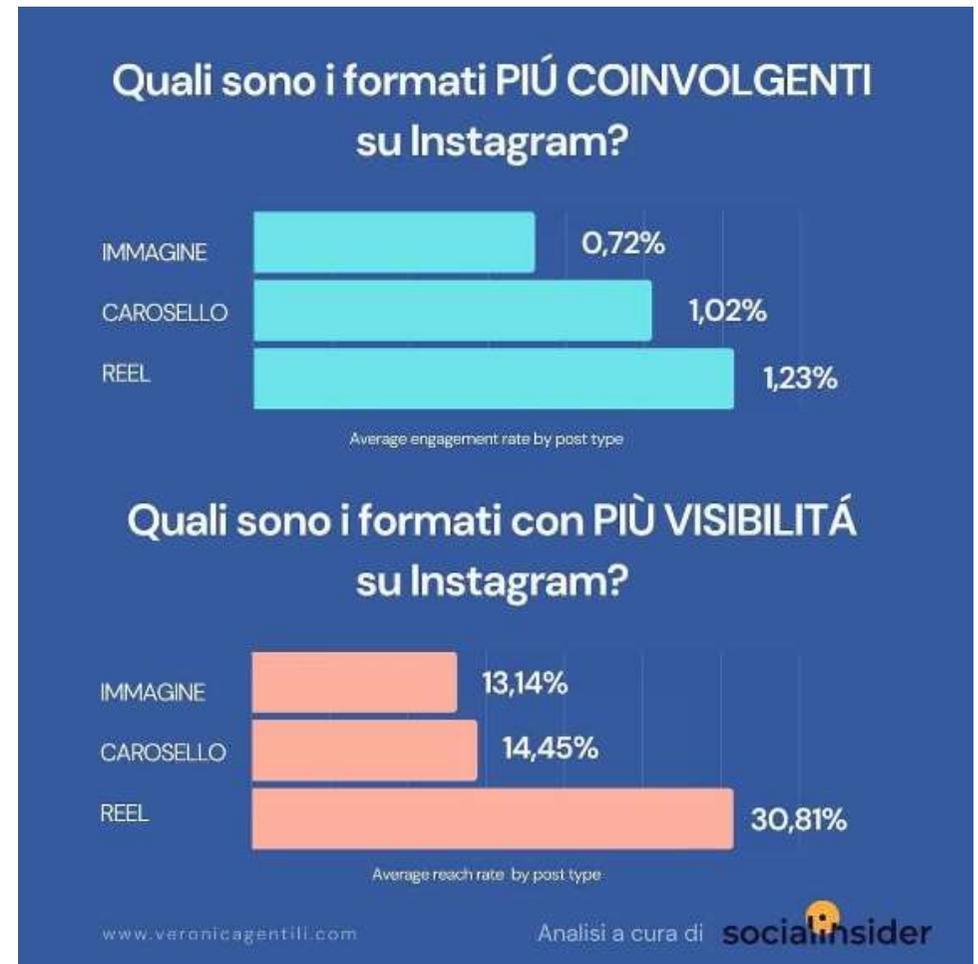
Cross training - Coach @gabriele_tesei Functional training - Coach

@bianchetti_ilaria76

#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

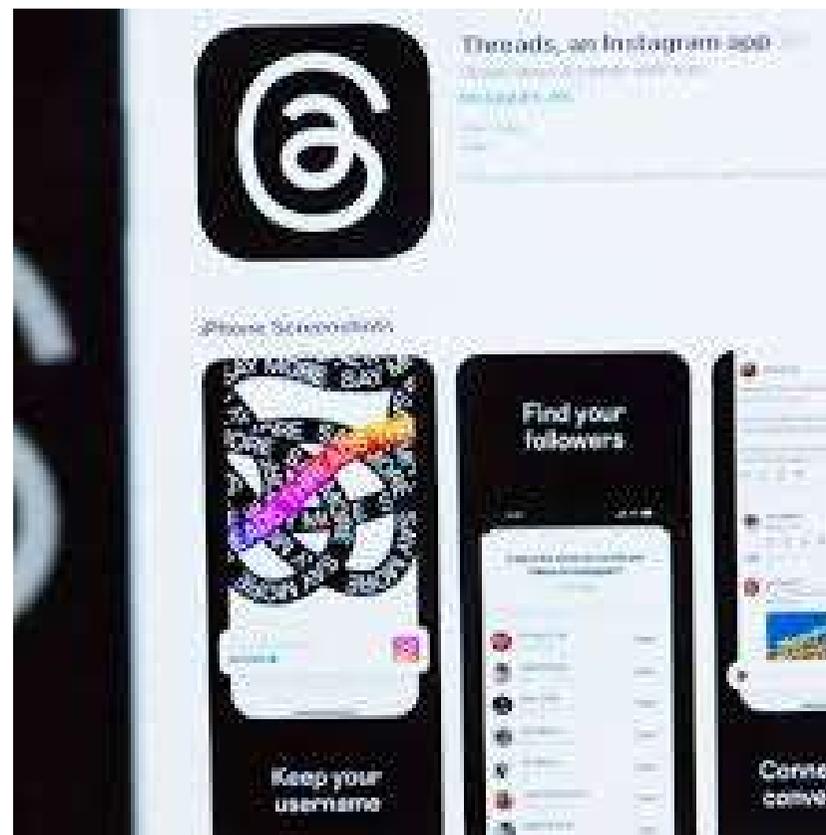


#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO



#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

Alla fine del 2023 è stata lanciata la piattaforma **Threads** all'interno di Instagram, permette di inviare **brevi messaggi di testo** (massimo 500 caratteri), associati a immagini, video, link o messaggi vocali.



#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

Per quanto riguarda i testi si deve prendere dimestichezza con:

- **La didascalia:** utile per descrivere e creare engagement.
- **Gli hashtag:** sono le parole etichetta che vengono utilizzate per entrare nei flussi di comunicazione e si connotano con il simbolo del cancelletto # attaccato prima della parola. Il corretto utilizzo di queste parole nella didascalia è fondamentale per l'attività di Instagram. È comunque importante anteporre ad essi una breve didascalia. **Evitate gli hashtag generici!**

È cambiato l'algoritmo? Gli hashtag sono morti? Meglio usare parole per la SEO? Dai 3 ai 5 hashtag giusti per post.

#2. LA CASE HISTORY UNIMC

Ci sono hashtag che vengono creati principalmente per dare il via a **contest** o a **concorsi a premi** o **per pubblicizzare dei profili di determinati progetti**.

Un esempio di contest creativo è quello realizzato da UniMC lanciato, a supporto della campagna pubblicitaria di Ateneo del 2014, l'hashtag [#insiemenelfuturo](#)

Instagram
Photo Contest



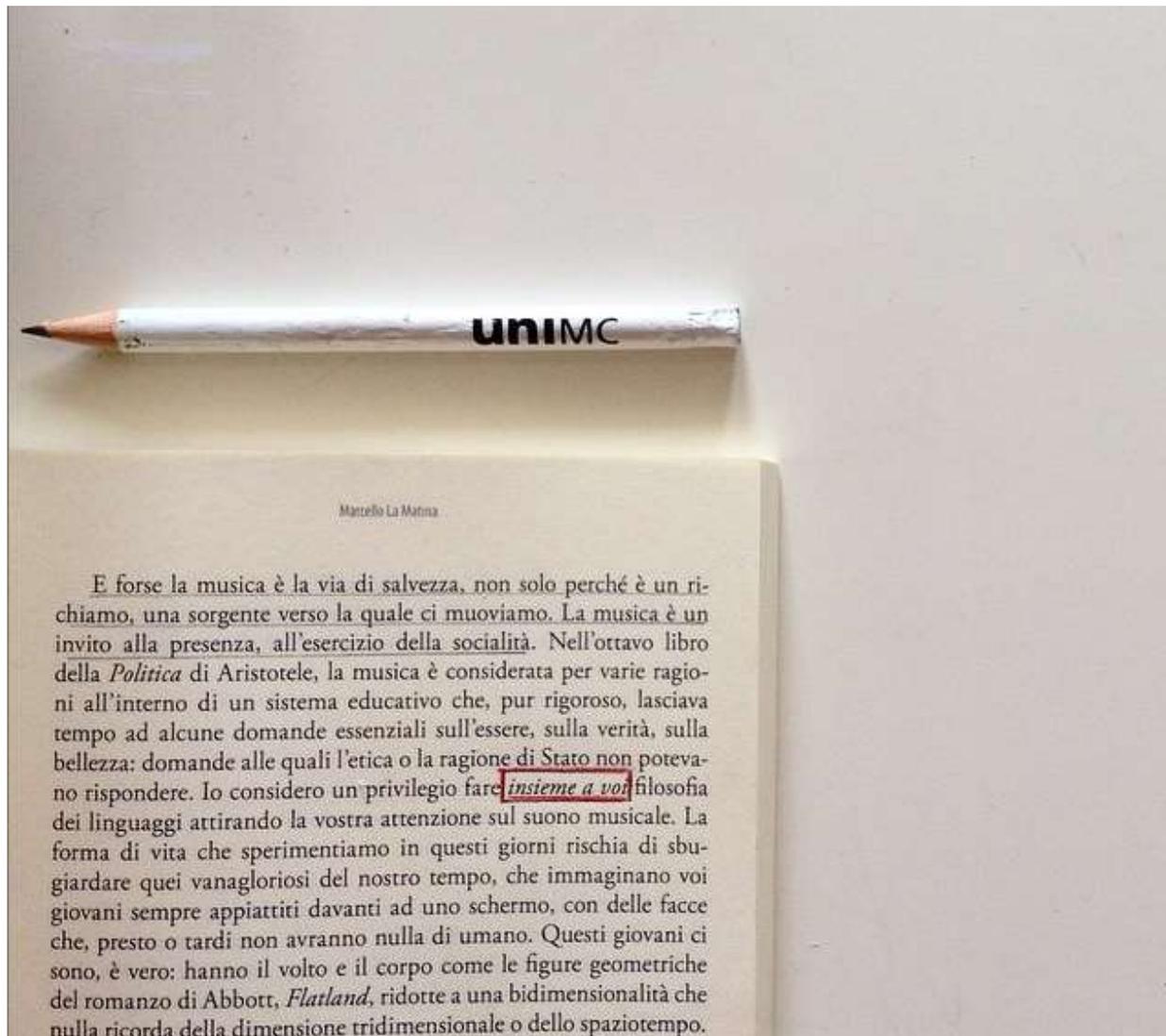
1. Follow @unimc
2. Scatta una foto sulla tua idea di futuro
3. Tagga #insiemenelfuturo #unimc
4. Puoi vincere uno zaino unimc!

#2. LA CASE HISTORY UNIMC



#2. LA CASE HISTORY UNIMC

Prima classificata contest creativo [#insiemenelfuturo](#)



tyna_juliancarax

SEGUI

Piace a 26 persone

8 sett.

tyna_juliancarax #unimc #insiemenelfuturo

tyna_juliancarax Marcello La Matina

#2. LA CASE HISTORY UNIMC

Seconda classificata contest creativo [#insiemenelfuturo](#)



bitchimmarianna [SEGUI](#)

Piace a 20 persone 7 sett.

bitchimmarianna Assemblare non é mai facile. Ci vogliono le idee, ci vuole del tempo, ci vogliono gli sforzi. Che si tratti di un articolo di giornale, che si tratti di un matrimonio, assemblare non é mai facile.

Due obiettivi agli estremi ma uniti da un collante: la passione.

Perché l' @unimc ci ha insegnato a lottare per i nostri sogni, ci ha insegnato a piangere ed a faticare e tutto questo lo facciamo insieme.

Fisicamente anche distanti,
Ma saremo sempre #insiemenelfuturo
Ti voglio bene amica mia
[#Dentrolanotizia](#) [#weddingplanner](#)
[#journalism](#)
[#unimcinsegna](#) [#passione](#)
[#Contest](#) [#dreamin](#)

#2. LA CASE HISTORY UNIMC

Terzo classificato contest creativo [#insiemenelfuturo](#)



paolomonina

SEGUI GIÀ

Piace a fraarienzo, mautilathur, 8 sett.
luciadambrosi, stefaniagiacomucci,
ki.buby, ppapakristo, signa_grigio
e neroli_p_

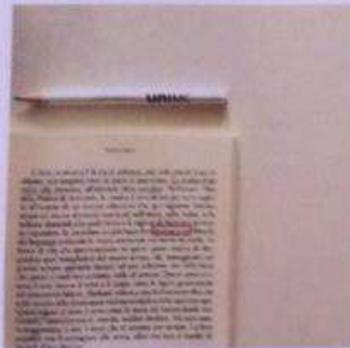
paolomonina [#insiemenelfuturo](#)

#2. LA CASE HISTORY UNIMC



Contest Instagram #insiemenelfuturo #unimc

/ 13 FINALISTI



PRIMO Classificato

Foto MARTINA TYNA ROMANO

Motivazione Per l'originalità del soggetto, l'attinenza al tema proposto e per le scelte compositive essenziali ma al tempo stesso suggestive, che ci richiamano ad un'idea di costruzione del futuro fatta di impegno, studio e adesione ad un progetto formativo.



SECONDO Classificato

Foto MARIANNA KALONDA
OKASSAKA

/ ROBERTA CIAVARELLA

Motivazione Per l'originalità della composizione, per il senso del work in progress che questa trasmette, per la freschezza del tono di comunicazione che ci rimanda ad un futuro aperto e carico di speranze.



TERZO Classificato

Foto PAOLO MONINA

Motivazione Per la scelta del soggetto, che richiama il passato con la Lettera 22, oggetto di design e parte della nostra storia, ma guarda al futuro come un foglio di carta bianca da scrivere, per la raffinatezza delle scelte compositive, di luce e colore.



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

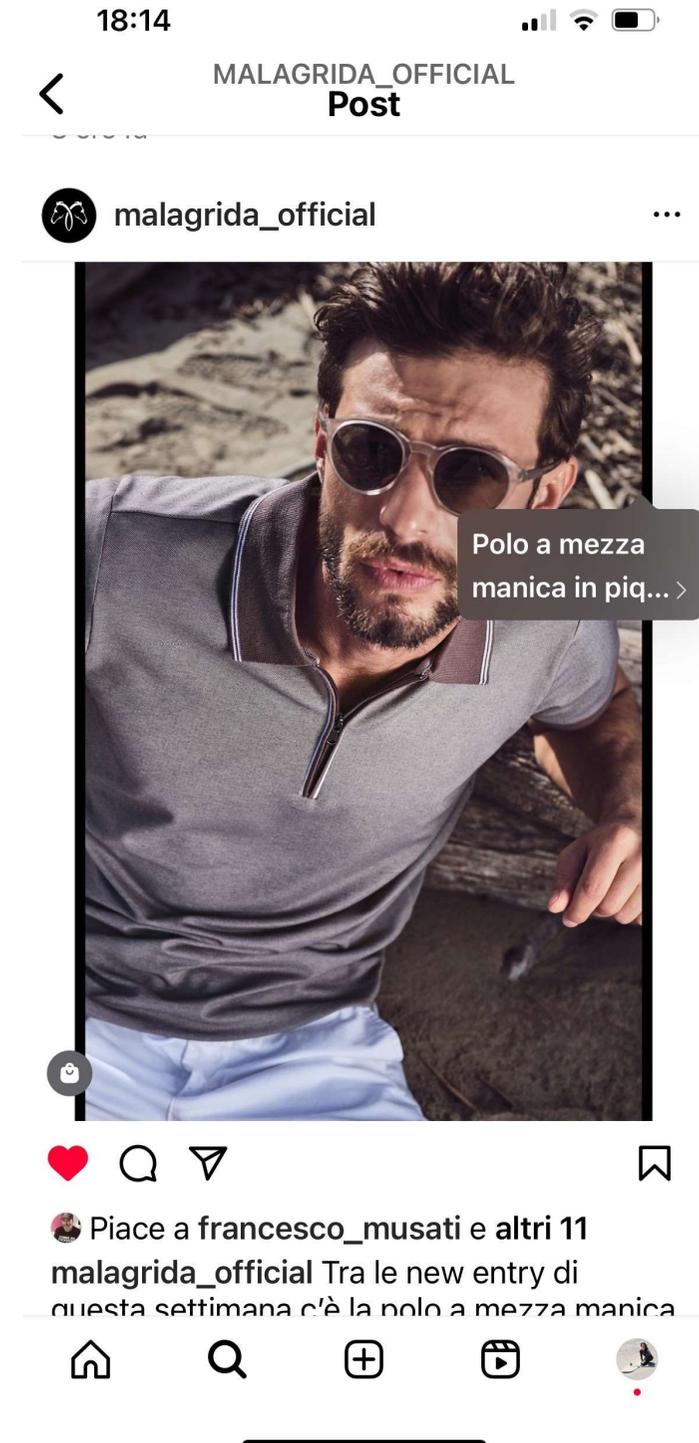
Altra funzione del social sono i **tag**: ovvero identificare qualcuno in un post, foto o in un aggiornamento di stato. Su Instagram questa funzione si attiva inserendo il simbolo della @ seguito dal nickname del profilo da taggare oppure sull'immagine pubblicata.

L'uso dei tag è utile per **creare interazione** tra gli utenti della Community: se si vuole attirare l'attenzione di qualcuno in quanto la persona taggata riceverà una notifica che lo avviserà di esser stato citato.

Instagram offre inoltre la possibilità di **geo-localizzare** i contenuti della piattaforma , raggruppando le foto in base al posto in cui sono state scattate.

#2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

Per tutti gli account aziendali (collegati ad una fan page di Facebook) è disponibile la funzione **Shoppable Post** che permette di Taggare i prodotti di un post e collegarli al Catalogo di Facebook visualizzando il cartellino con il prezzo al fine di fare e-commerce.



#3. IG: LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE

Quali possono essere gli obiettivi di questa piattaforma:

- **Aumentare la conoscenza del brand**
- **Migliorare il rapporto con i clienti**
- **Mostrare il lato creativo dell'azienda**
- **Vendere i propri prodotti**
- **Aumentare il traffico sul sito**
- **Attivare delle collaborazioni (influencer)**
- **Sostenere campagne di sensibilizzazione**
- ...

#3. IG: LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE



The image shows an Instagram post by user robertocollina. The main visual is a photograph of several large blue plastic bags filled with waste, with a dark blue banner in the background that says 'PLASTICFREE' with a turtle logo. The text 'roberto collina' is overlaid on the image, along with a small 'x' icon and the 'PLASTICFREE' logo with a turtle icon. The post interface on the right shows the user's profile, a thank-you message, a link to a Facebook video, and two comments from other users.

robertocollina • Segui già
Cento, Italy

robertocollina We would like to thank all of you. ❤️
Thanks for being so helpful for our planet, thanks for supporting us and @plasticfreeit

For the full direct:
<https://www.facebook.com/plasticfreeit/videos/571875907386187>

#robertocollina #plasticfree #savetheplanet #green

11 sett.

chris_leon_de_leonardis Cristina è eccezionale! Grazie ancora 🙌❤️

11 sett. Piace a 2 persone Rispondi

— Visualizza le risposte (1)

big.city.diaries Super Cristina! @cristina.pizzi 🍌🍌🍌

📍 🗨️ 📌

Piace a 198 persone

27 SETTEMBRE

😊 Aggiungi un commento... Pubblica

#3. IG: LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE

Siamo soliti pensare ad Instagram come a un social dove pubblicare e interagire con contenuti piuttosto frivoli, ma i brand che si affidano all'app fotografica più famosa al mondo sono in costante crescita.

La miglior pubblicità è quella fatta dalle persone e dal passaparola e Instagram in questa chiave di lettura è il social più adatto.

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Instagram non è un archivio fotografico dei prodotti o dei servizi ma un luogo dove si condividono emozioni e si raccontano storie.

Instagram per le aziende è la piattaforma ideale per un **racconto fotografico e visivo della propria identità (logo, colori, forme, font)**, dei propri valori, del proprio messaggio.

Per fare ciò non basta semplicemente scattare e pubblicare tutto ciò che sembra «carino» ma bisogna **trovare il proprio mood**, uno stile fotografico peculiare e riconoscibile.

Alternate foto e video per un maggior coinvolgimento.

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Dopo aver capito che tipo di contenuti pubblicare può essere molto utile fare delle ricerche mirate per individuare e seguire persone che hanno i vostri stessi interessi.

Basta digitare le parole chiave (in italiano e inglese) che delimitano il vostro campo di interesse per scoprire centinaia di possibili soggetti interessati alle vostre foto.

Se ad esempio la vostra passione è fotografare paesaggi potete partire cercando: landscape, landscapephotography, travel, instatravel, paesaggi...

Potete iniziare a seguire degli hashtag.

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Oltre a seguire le persone che hanno i vostri stessi interessi è importante iniziare a mettere like sulle loro foto e lasciare commenti. Queste azioni verranno notificate al destinatario che potrebbe avere la curiosità di visitare il vostro profilo e decidere di seguirvi.

Inoltre, per costruire attorno a se una community è fondamentale rispondere, magari con un semplice mi piace o un grazie, a coloro che avranno la bontà di lasciare un commento sui vostri contenuti.

Partecipare agli instameet e instawalk (ovvero meeting con gli amanti del social in tutte le parti del mondo).

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Quando si pubblica una foto o un reel è prassi comune accompagnarli con una descrizione e con hashtag.

In media 10-20 hashtag servono ad ottenere una maggiore visibilità e da arrivare alle persone che non ci seguono ancora. Infatti gli utenti di IG sono soliti fare ricerche per parole chiave e hashtag proprio per portare a galla nuovi contenuti.

Il consiglio è di usare un set di hashtag prettamente descrittivi (come ad esempio #tramonto #mare) insieme ad hashtag di community esistenti (#igersitalia #instagramitalia #destinazionemarche #exploringmarche...).

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

L'hashtag nelle stories aumentano la copertura? Pare di no.

Può avere senso usare hashtag nelle storie per contestualizzarle o rimandare ad un particolare evento o ad una iniziativa ma non aspettiamoci incrementi importanti in termini di visibilità.

Utili invece sono i **link stiker**. Si possono aggiungere link nelle Storie per favorire l'interazione e la conversazione.



#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Sulla piattaforma si assiste a uno spostamento verso la **comunicazione basata su testo**



#3. LE STRATEGIE VINCENTI



veronicagenti • 2 g



Il Metodo A.S.A.D. nel copy

- Attira**

Voglia di un pranzo rapido, gustoso e super salutare?
Vieni da HealtyMoky!
- Spiega**
 - Gustose insalatone & primi piatti proteici
 - Ingredienti a KM0 e prodotti locali
 - Menu a partire da 10€ (eh sì, caffè incluso!)
 - Ampia sala con aria condizionata e WI-FI
- Attiva**

★★★★★
"L'insalata crunchy con il tonno scottato era davvero strepitosa, i camerieri simpaticissimi e (non scontato!) i servizi molto puliti.
5 stelle, tornerò presto!"
Ilenia R. - TripAdvisor
- Dirigi**

Che aspetti?
Scrivici subito per sfogliare il menu in anteprima e prenotare il tuo tavolo 📞

veronicagenti | www.veronicagenti.it

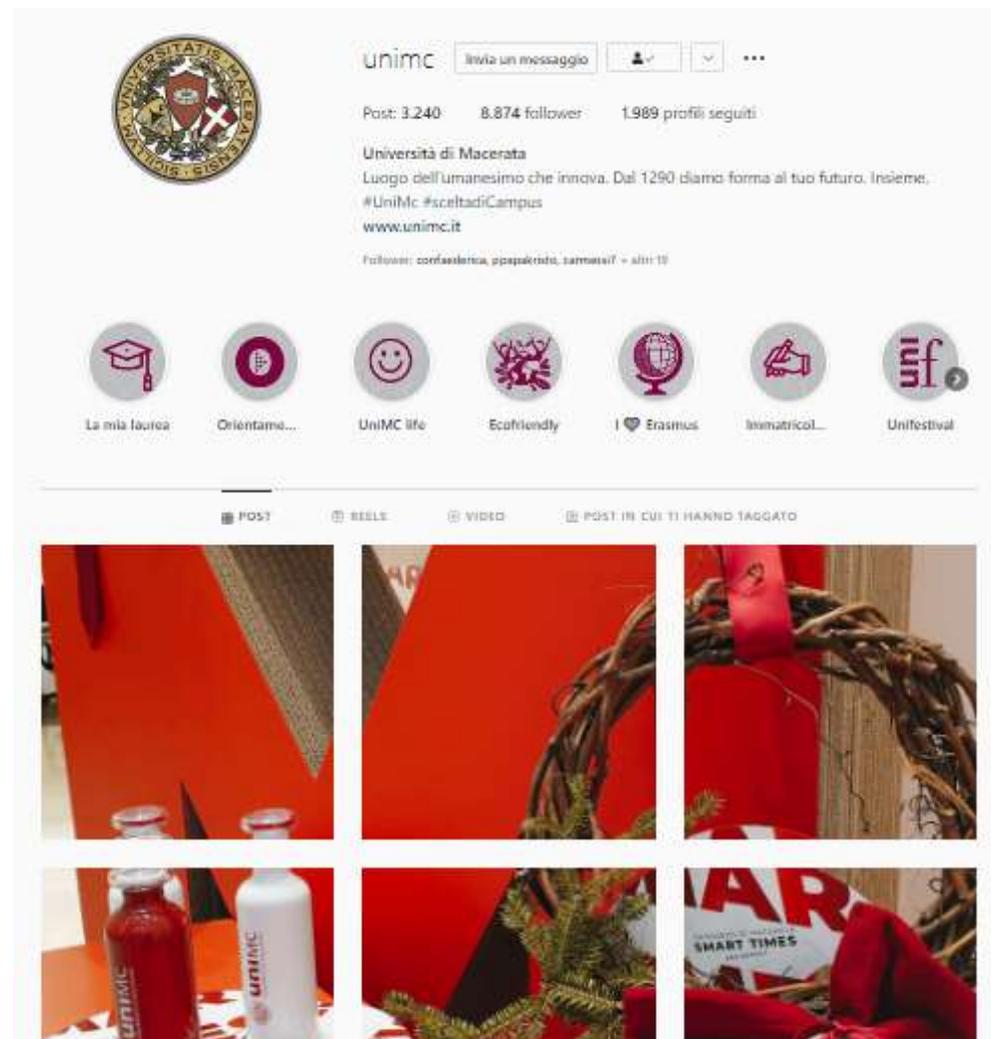
#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Se un contenuto vi sembra banale è possibile valorizzarlo aggiungendo frasi o effetti fotografici.

A tal fine si possono usare app esterne o le app di Instagram come ad esempio **Layout** che serve a creare un mosaico di foto diverse o **Boomerang** che permette di realizzare video semplicemente tenendo premuto il tasto di scatto per qualche minuto. L'azione catturata andrà in loop per cui il video finale risulterà insolito e divertente.

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

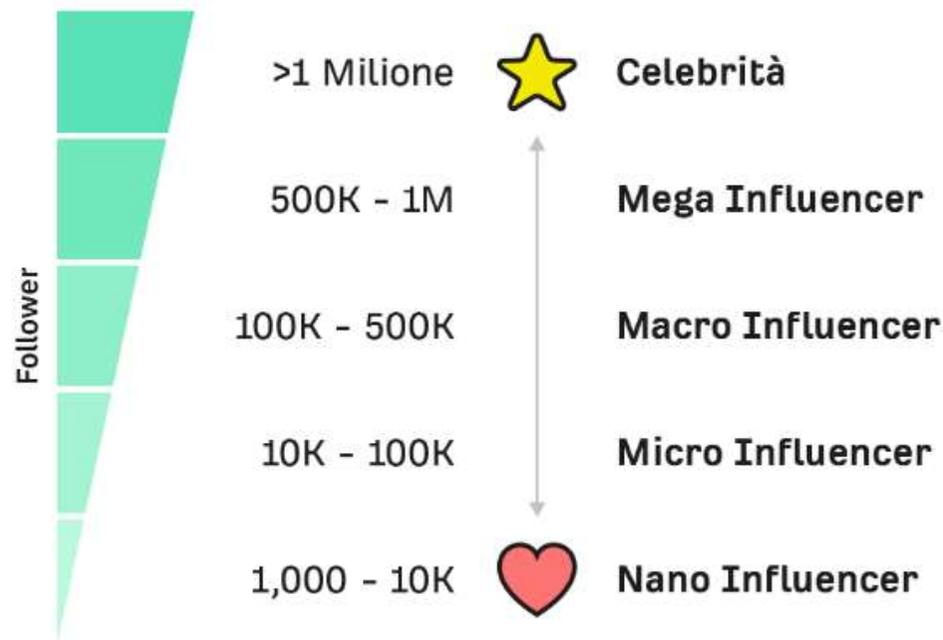
Esistono anche App esterne che permettono di personalizzare il profilo



#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Social influencer? È importante sceglierli con coerenza

Le 5 tipologie di Influencer

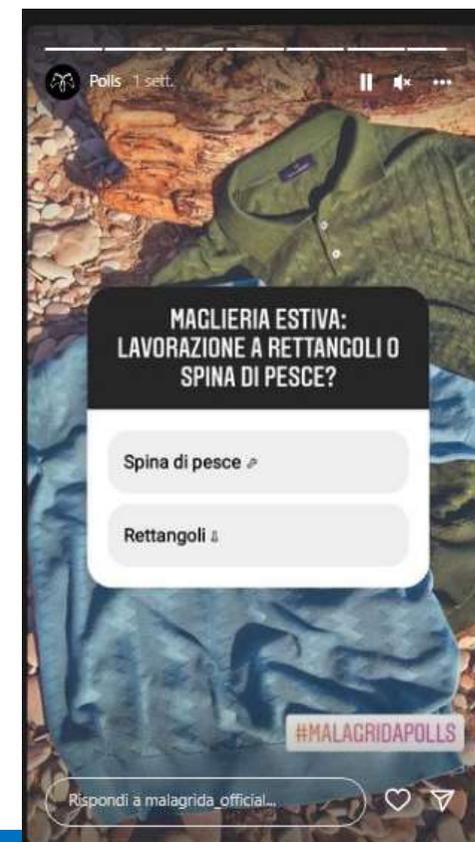


<https://ahrefs.com/blog/influencer-marketing/>

ahrefs

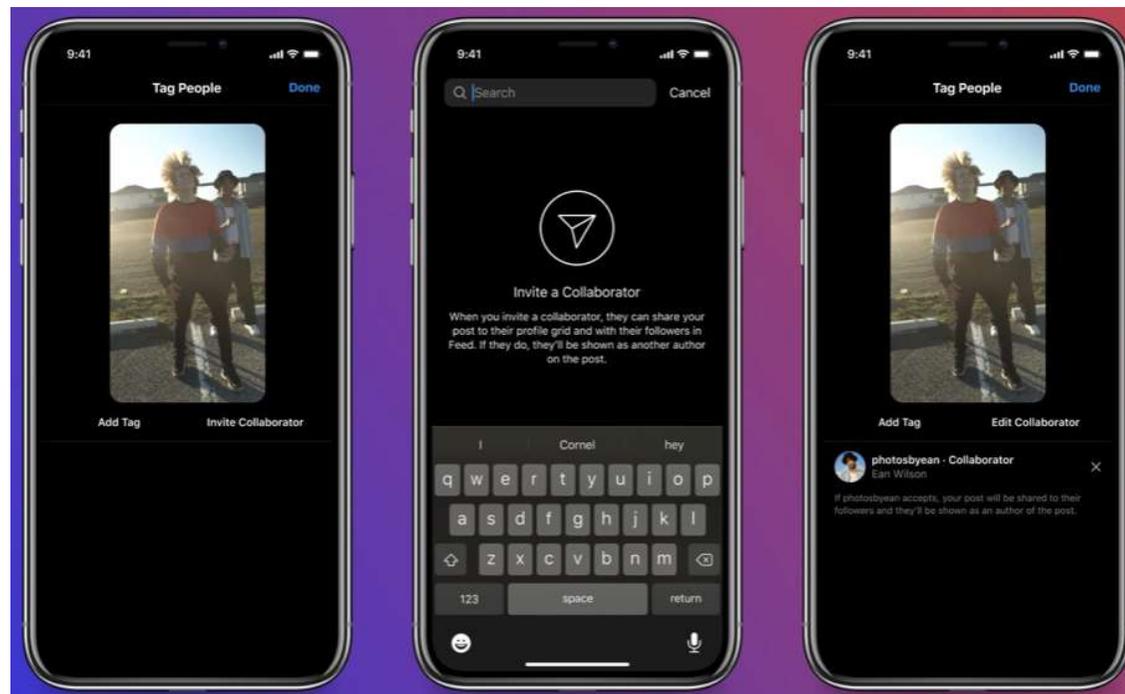
#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Nel nostro calendario editoriale dobbiamo pianificare almeno il **50% di stories**. Si possono poi creare delle gallerie tematiche (storie in evidenza). I sondaggi e i quiz sono un modo per coinvolgere attivamente i follower.



#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Implementare la nuova funzione Collabs. Permette da un account di collaborare con un altro. Il post porterà i nomi di entrambi e sarà visibile nei rispettivi profili. L'audience raggiunta sarà quella di entrambi, quindi le possibilità di visibilità aumentano enormemente.



#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Metterci la faccia...

- ▶ Velocizza moltissimo il processo di crescita
- ▶ Facilita il legame e quindi la fiducia
- ▶ Aumenta esponenzialmente le possibilità di interazione
- ▶ Può incidere in modo importante sui risultati delle campagne (CTR, CPA, ROAS...)

 VERONICA GENTILI

www.veronicagentili.com

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Per aumentare la visibilità pubblicate reel interessanti.

Da poco si possono pubblicare Reel fino a 3 minuti ma sfrutta questo spazio di visibilità solo se hai qualcosa da dire. Avere tempo in più non significa doverlo usare per forza.

Più qualità che quantità.

#3. LE STRATEGIE VINCENTI

Per ottenere visibilità, contatti e vendite dai social è necessario un budget congruo da dedicare alle campagne pubblicitarie, in modo continuativo.



#3. LE STRATEGIE VINCENTI: CONCLUSIONI

Spendiamo ore a chiederci:

- Post o storia?
- Pubblico la mattina o il pomeriggio?
- Quanti hashtag devo mettere?
- Musica sì o musica no...

Chiediti: il mio pubblico è interessato ai miei contenuti? I contenuti che pubblico informano, emozionano, intrattengono?

Sono in linea con gli interessi e i desideri delle mie target personas?

Acquisto follower? No, ti prego!

#4. MONITORARE I RISULTATI

Con l'introduzione di Instagram Insight (Dashboard per professionisti) monitorare i risultati è diventato molto **più semplice**.

Nella schermata iniziale mostra un campo di scorrimento con la panoramica generale che racconta:

- Gli account raggiunti,
- Le interazioni con i contenuti
- Il numero totale di follower

Per poter accedere agli Insight occorre avere un account business.

#4. MONITORARE I RISULTATI

Esistono strumenti aggiuntivi per la gestione di Instagram che permettono di ottenere statistiche più dettagliate su seguaci, interazioni e consigli sugli orari migliori per pubblicare.

Sono a pagamento ma concedono un mese di prova gratuito.

#4. MONITORARE I RISULTATI

ICONOSQUARE permette di individuare gli influencer e di pianificare i post

Top Influencers Last day Last 7 days Last 30 days

INFLUENCER	COUNTRY	CATEGORIES	FOLLOWERS	ER ⓘ	MEDIA POSTED
1  danbilzerian	United States	Lifestyle	16.3M (=)	1.84% (669)	1.0k (578)
2  zachking	United States	Entertainment	12.5M (=)	8.21% (33)	717 (780)
3  hudabeauty	United Arab Emirates	Cosmetics	12.3M (=)	0.78% (1085)	8.8k (13)
4  futbolsport	United States	Soccer Repost	11.5M (=)	2.15% (565)	3.8k (70)
5  makegirlz	-	Cosmetics Fashion	10.3M (=)	0.41% (1204)	4.5k (50)

#4. MONITORARE I RISULTATI

SOCIALRANK tool che fornisce statistiche dettagliate e permette di confrontare i follower con i competitor

The screenshot displays the SocialRank Twitter Intel tool interface. At the top, there is a navigation bar with 'Twitter Intel' and various icons. Below this, there are filters and sorting options, including 'Sort: Most Followed', 'Filters', 'Lists', and 'Compare Reports, Lists, and Folders'. A green 'Actions' button and a 'Show Summary' button are also visible. The main content area shows a list of top followed accounts, with Barack Obama at the top. To the right of the list, there is a detailed profile view for Barack Obama, including his bio, website, and follower/following/tweet counts. Below the profile view, there are statistics for engagement and account age.

Rank	Name	Handle
1.	Barack Obama	@BarackObama
2.	Justin Bieber	@justinbieber
3.	KATY PERRY	@katyperry
4.	Rihanna	@rihanna
5.	Taylor Swift	@taylorswift13
6.	Cristiano Ronaldo	@Cristiano
7.	Lady Gaga	@ladygaga

Metric	Value
Followers	117.0M
Following	606.8k
Tweets	15.8k
Avg RTs / Tweet	43,263.3
Avg Likes / Tweet	276,857.6
Engagement Rate	0.27%
Account Age	13 yrs
Profanity	Light

#4. MONITORARE I RISULTATI

BLOGMETER in grado di fornire un'analisi in tempo reale del sentiment



#4. MONITORARE I RISULTATI

Perché gli utenti fanno un-follow o nascondono i post?

Hootsuite ha rilasciato **The Social Media Consumer Report** nel quale, tra le altre cose, ha raccolto i principali motivi che portano le persone a smettere di seguire una pagina o a nascondere i post dei brand.

Tra i principali motivi:

- 76% contenuti acchiappa-click
- 68% contenuti ripetitivi
- 68% contenuti noiosi
- 68% contenuti poco autentici
- 68% interazione a tutti i costi (abuso di trend e meme)

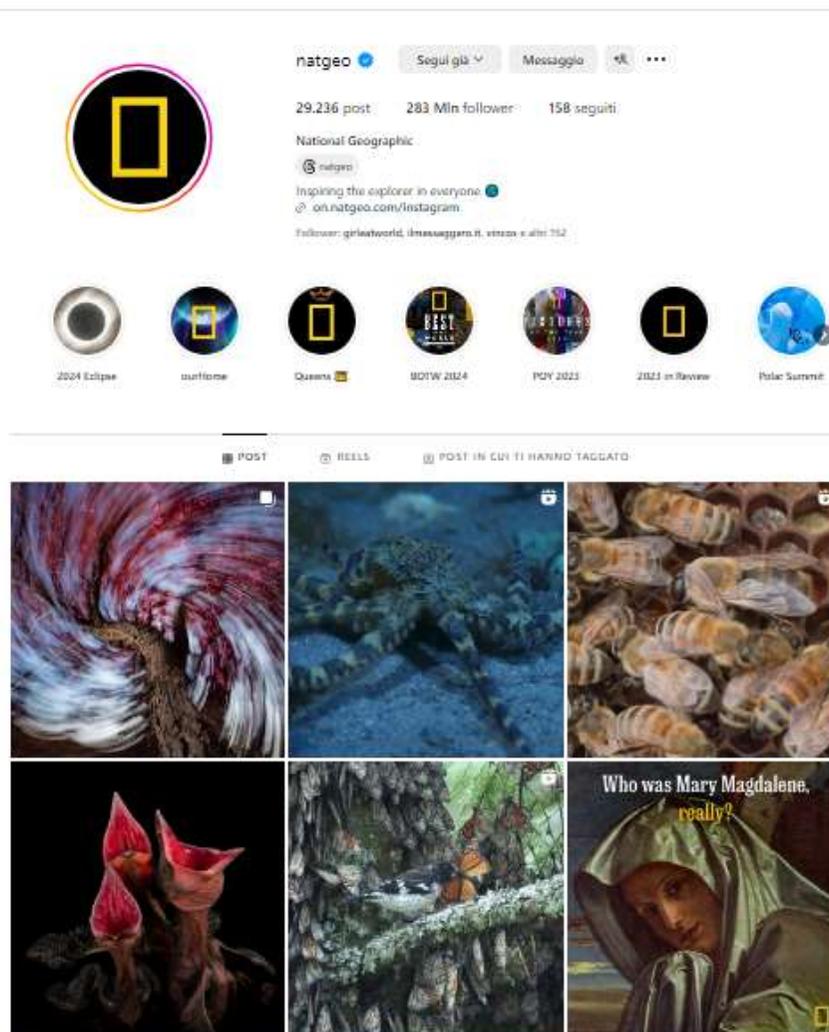
#4. MONITORARE I RISULTATI

Le persone apprezzano i contenuti dei brand che:

- 56% insegnano qualcosa di nuovo
- 55% fanno ridere
- 47% ispirano
- 36% fanno sentire qualcosa
- 36% coinvolgono visivamente
- 30% sorprendono

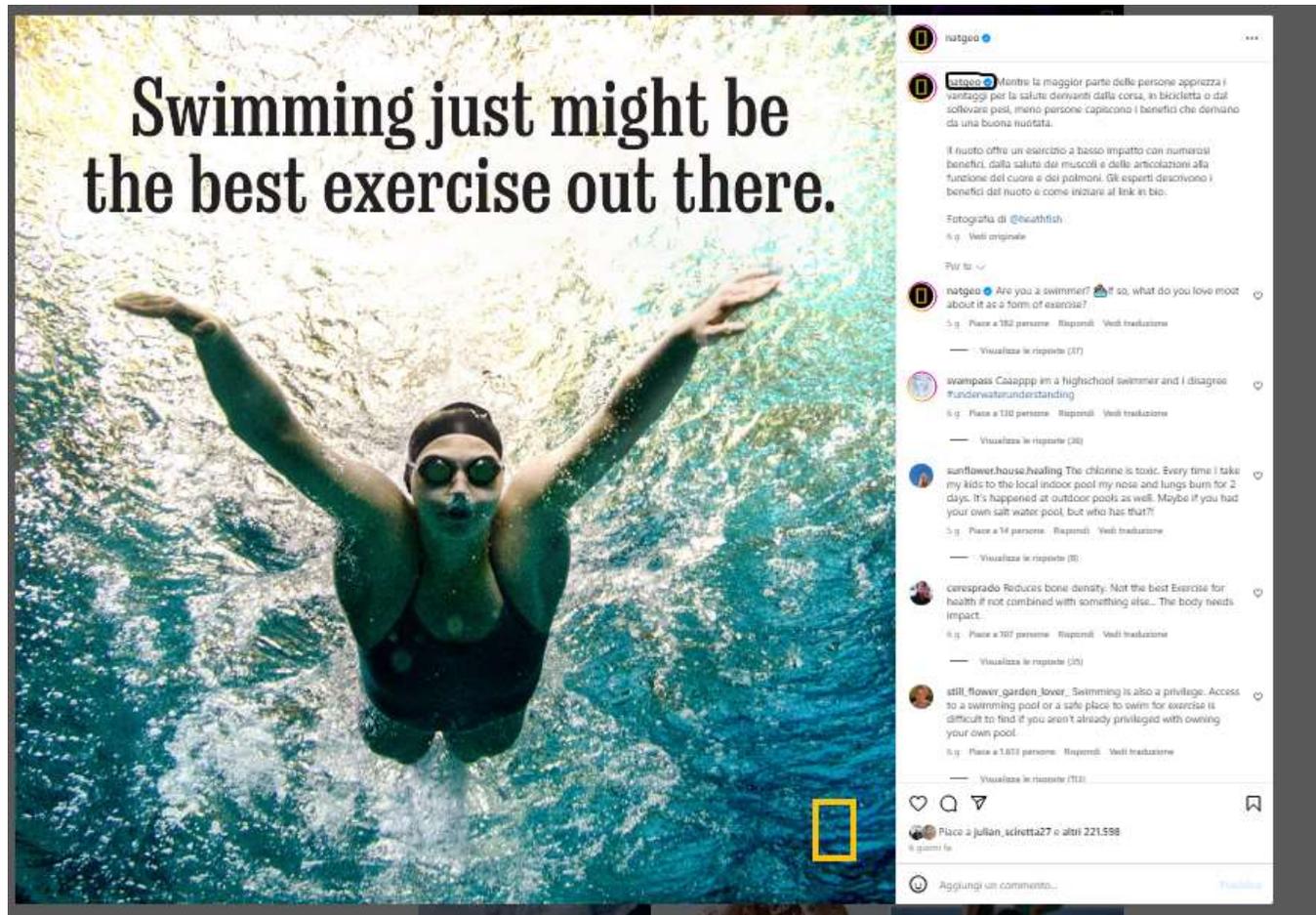
#5. CASE HISTORIES

L'account IG più seguito in assoluto non appartenente ad una celebrità del mondo dello spettacolo è **National Geographic**.



#5. CASE HISTORIES

L'innovazione del profilo è che è utilizzato in modo collettivo da più fotografi.



#5. CASE HISTORIES

muradosmann  [Segui](#) [Messaggio](#) [+R](#) [...](#)

Post: 704 3,4 Mln follower 1.352 profili seguiti

MURAD OSMANN
Creator digitale
📱 FollowMeTo @followmeto_app
🎬 Film Producer @hypefilm
🏆 Influencer of the year
🏆 Top 3 Travel Influencer by Forbes
✉️ Osmann@hypepro.ru
📍 Dubai
🌐 [Jensa.onelink.me/tfG1/598c8qys](https://www.instagram.com/muradosmann/)

Followers: [girlsworld](#), [redbull](#), [cbeartaphotox](#) e altri 54

[FollowMeTo...](#) [Daddy knows](#) [Tour Dagestan](#) [Wedding](#) [India](#) [Tour Jordan](#) [Charity: water](#)

POST **REELS** **POST IN CUI TI HANNO TAGGATO**



#5. CASE HISTORIES



muradosmann • Segui
Moscow, Russia



muradosmann #followmeto
Travel bloggers on quarantine at home :)

Officials around the world say that "Social distancing" is the key to slowing the spread of the Coronavirus. You shouldn't panic, but taking some precautionary steps is a good decision. - Avoid situations where there are crowds. - Get your food delivered. - Wash your hands and use hand sanitizer. - Minimize the use of paper money - While staying at home you can do many things: read the books you always wanted to but didn't have time, imagine the places you can go while staring at your washing machine. [Practice your](#)



👤 Piace a dylan.schwartz e altri 217.358

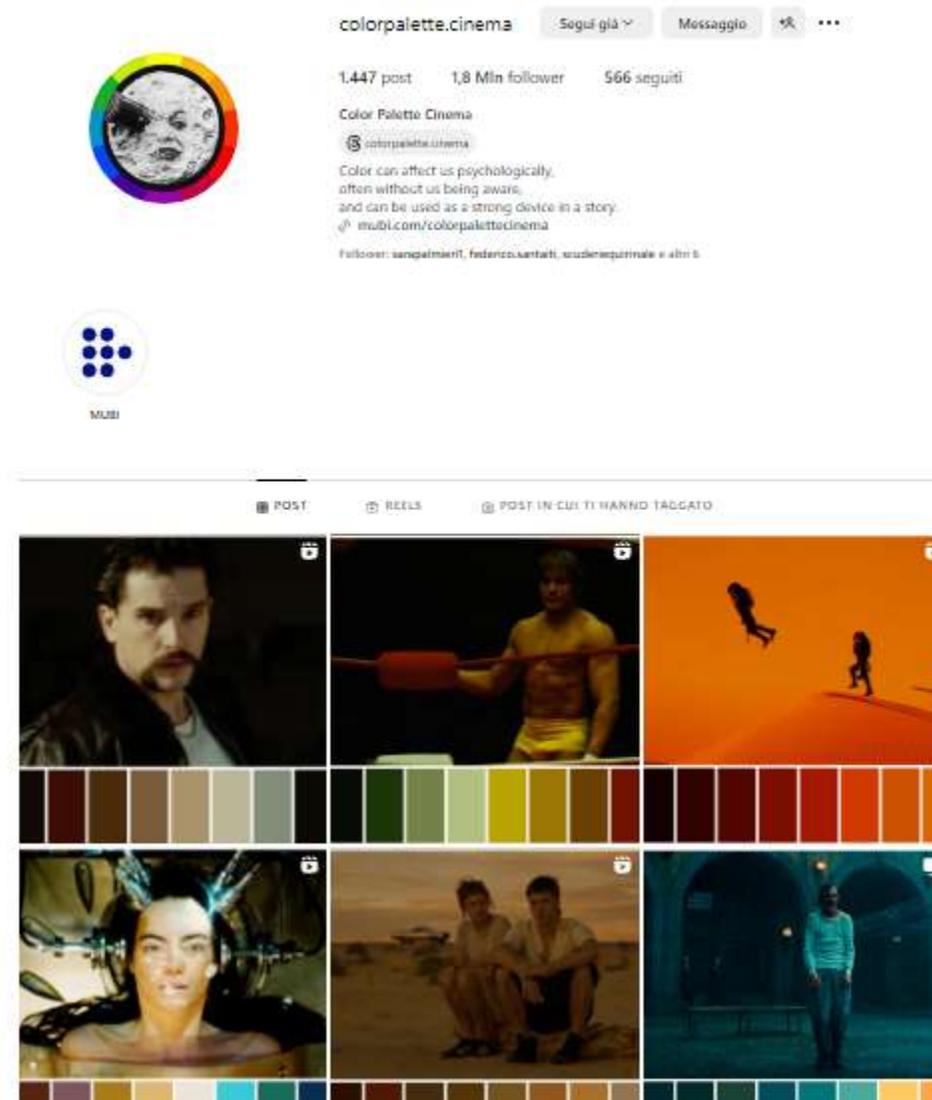
17 MARZO

Aggiungi un commento...

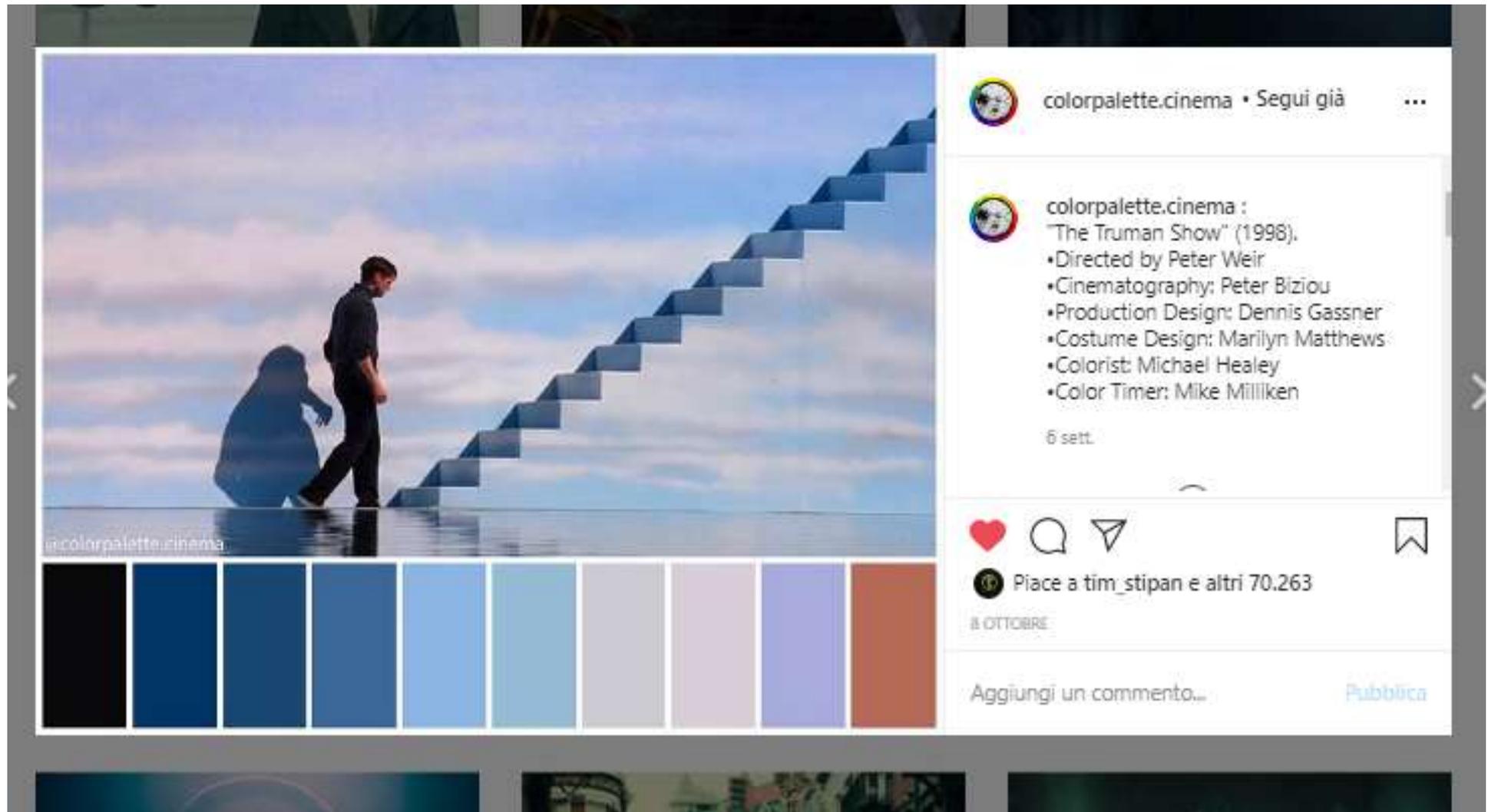
Pubblica

#5. CASE HISTORIES

Color palette Cinema Key frame di film uniti a palette per raccontare il potere dei colori in una storia



#5. CASE HISTORIES



The image shows a screenshot of an Instagram post. The main visual is a color palette for the movie 'The Truman Show'. The palette consists of ten vertical color swatches: black, dark blue, medium blue, light blue, very light blue, pale blue, light grey, light purple, medium purple, and reddish-brown. Above the palette is a photograph of a man in a dark shirt and pants walking up a set of white stairs that lead into a blue sky. A large shadow of the man is cast on the ground to his left. The Instagram interface elements are visible on the right side of the post, including the profile name 'colorpalette.cinema', the post caption, and interaction icons.

colorpalette.cinema • Segui già ...

colorpalette.cinema :
"The Truman Show" (1998).
• Directed by Peter Weir
• Cinematography: Peter Biziou
• Production Design: Dennis Gassner
• Costume Design: Marilyn Matthews
• Colorist: Michael Healey
• Color Timer: Mike Milliken

6 sett.

👍 🗨️ 📍 📌

👤 Piace a tim_stipan e altri 70.263

8 OTTOBRE

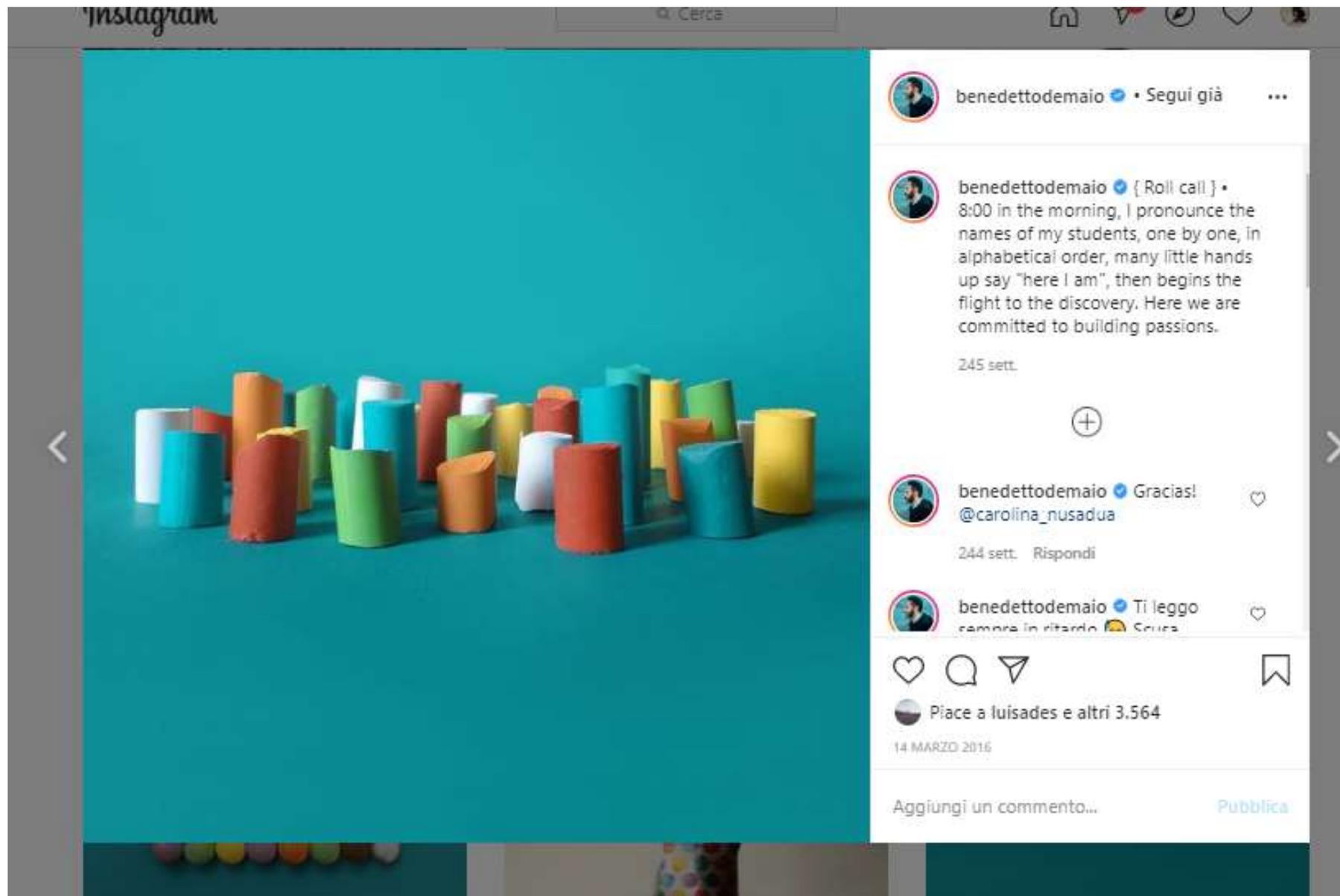
Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

#5. CASE HISTORIES

Benedetto Demaio: un colore per raccontarsi

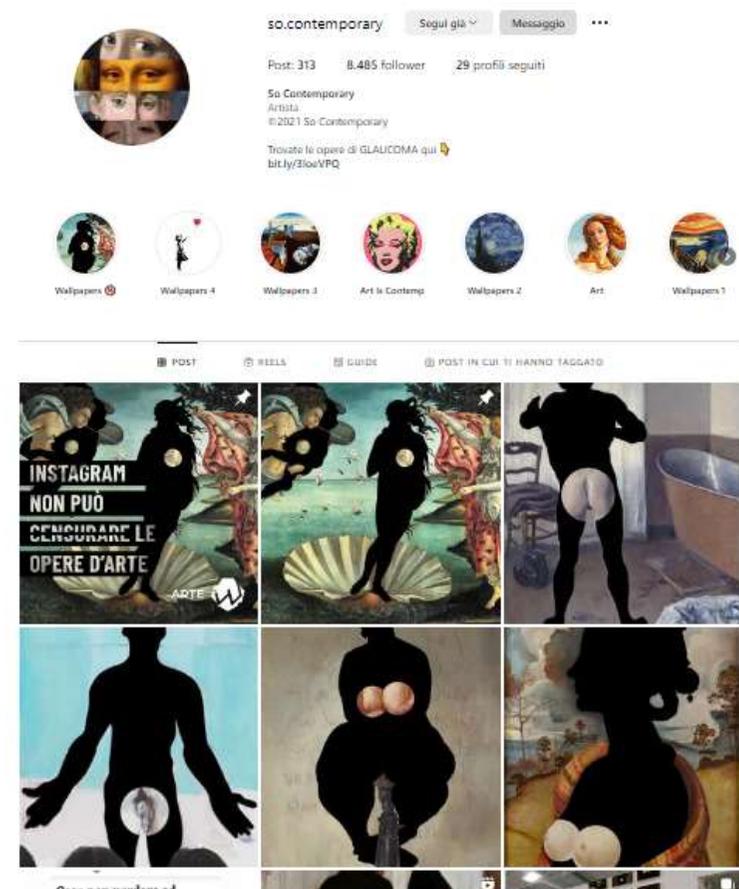
The image shows a screenshot of the Instagram profile for Benedetto Demaio. The profile name is 'benedettodemaio' with a verified badge. It shows 1,157 posts, 120,000 followers, and 265 accounts followed. The bio identifies him as an artist, image crafter, art teacher, painter/illustrator/visual artist, and content creator, with a focus on sea-related themes. His location is listed as Milan based, and his website is fb.com/benedettodemaioart. Below the bio are several tags: parisianinstans, half_and_half_project, idyllic, and altri 29. A row of seven story highlights is visible, with titles: 'Thevada', 'In Da City', 'Instagram life', 'Way of life', 'Selfie ball', 'Teacher life', and 'Me'. Below the profile is a navigation bar with 'POST', 'REELS', and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. The main content area displays a grid of six posts: a hand holding a piece of paper with a dense text pattern; a man sitting on a blue rug reading a book in front of a bookshelf; a large pile of colorful, multi-colored pills; a seascape with a cloudy sky; a colorful, wavy pattern; and a stack of colorful shipping containers.

#5. CASE HISTORIES



#5. CASE HISTORIES

Art0rin progetto di un ex-studente dell'Accademia Albertina di Torino che grazie al fotoritocco fonde arte del passato e vita contemporanea (oggi diventato **so contemporary** un progetto di ironia e attivismo digitale).



#5. CASE HISTORIES



 so.contemporary • Segui già ...

 so.contemporary "Gioconda"
Leonardo da Vinci
#ArTorin #torino #turin
🔥 Ultimo post di @art0rin 🔥
46 sett.

 neopassiflorine Mi mancherai ❤️
46 sett. Piace a 2 persone Rispondi
— Visualizza le risposte (2)

 manlio_70 Peccato! ❤️
46 sett. Piace a 2 persone Rispondi
— Visualizza le risposte (1)

 claudiacivitelli 😂😂❤️ ❤️
46 sett. Mi piace: 1 Rispondi
— Visualizza le risposte (1)

👍 💬 📌 🔖

Piace a 993 persone
20 GENNAIO

😊 Aggiungi un commento... Pubblica

#5. CASE HISTORIES

half_and_half_project Segui già Messaggio

Post: 945 8.075 follower 230 profili seguiti

HalfandHalf
Parallel lines meet together in our minds
Tag #halfandhalfproject
halfandhalfstapproject@gmail.com
Projected by @isoltopaglora
facebook.com/halfandhalfproject
follower: marche_towel

The Backstage

POST POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

#5. CASE HISTORIES

picame Segui già · Messaggio · 18 · ...

Post: 9.502 · 464.000 follower · 1.191 profili seguiti

Picame
Rivista
Your daily dose of inspiration, since 2008
For featuring request DM us!
Curated by @fargo.studio
picamemag.com

Followers: benedettodemaio, massimodevantis, minilustrazioni, liza e altri 6

From You · Q&A · ...

POST · REELS · POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

The grid displays various artistic illustrations, including a lighthouse, a person in a blue coat, and abstract scenes.

#5. CASE HISTORIES



zahersara Segui già Messaggio ...

Post: 139 46.300 follower 200 profili seguiti

Sara Zaher
Artista
📍 NYC
✉ info@sarazaher.com
🌐 www.sarazaher.com/shop

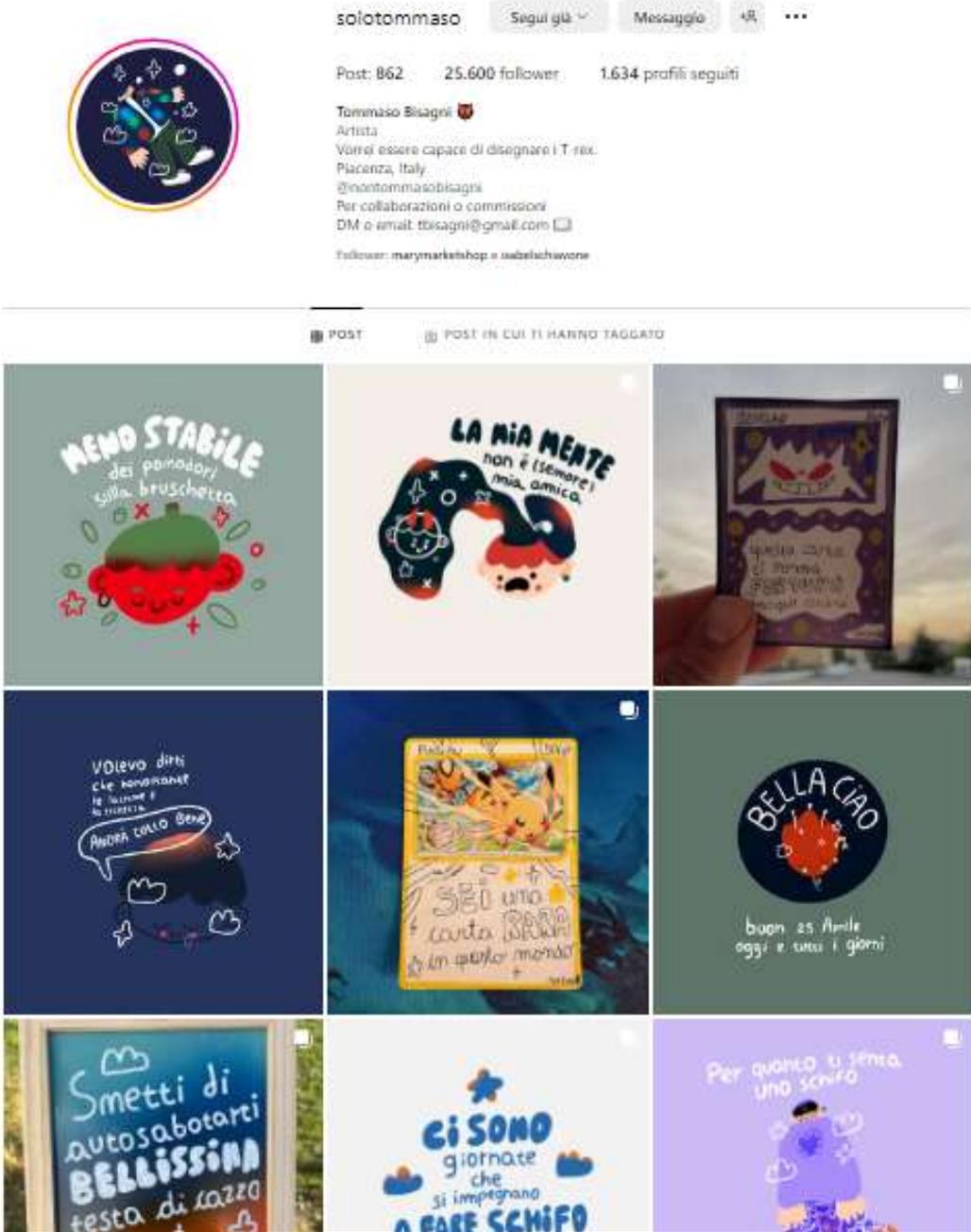
Happy Face LOUPE SHOP NEON ADOBE MAX WALLPAPER DJAC



#5. CASE HISTORIES



#5. CASE HISTORIES



The image shows an Instagram profile for 'solotommaso'. The profile picture is a circular logo with a dark background and colorful, abstract shapes. The bio identifies the user as Tommaso Bisagni, an artist from Piacenza, Italy, who specializes in T-shirts. It includes contact information and a list of followers: 'marymarketshop' and 'sabelschawone'. Below the bio, there are navigation tabs for 'POST' and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. A grid of nine images displays various pieces of artwork, including posters and cards with handwritten-style text and illustrations. The artworks feature phrases like 'MEMO STABILE', 'LA MIA MENTE', 'BELLA CIAO', and 'Smetti di autosabotarti'.

solotommaso Segui già Messaggio AR ...

Post: 862 25.600 follower 1.634 profili seguiti

Tommaso Bisagni
Artista
Vorrei essere capace di disegnare i T-rex.
Piacenza, Italy
@solotommasobisagni
Per collaborazioni o commissioni
DM o email: tbisagni@gmail.com
follower: [marymarketshop](#) e [sabelschawone](#)

POST POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

MEMO STABILE
dei pomodori
sulla bruschetta

LA MIA MENTE
non è (sempre)
mia amica.

BELLA CIAO
buon es Amile
oggi e tutti i giorni

Smetti di
autosabotarti
BELLISSIMA
festa di cazzo

Ci SONO
giornate
che
si impegnano
A FARE SCHIFO

Per quanto ti senti
uno schifo

#5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'minillustrazioni_linz'. The profile picture is a circular logo with a stylized flower and the text 'minillustrazioni linz'. The bio includes the name 'Linz', the name 'Paola', the description 'Messaggi positivi. Illustrazioni e ricami.', the location 'Calabria', and a link to a collection of personalized covers. The profile has 1,580 posts, 113,000 followers, and 1,588 profiles followed. Below the bio are seven category icons: 'tattoo', 'cover', 'tote', 'libri', 'regali Natale', 'dediche', and 'leggende'. The main content area shows a grid of posts, including a book cover, a portrait of Paola, a gift box, and several illustrations.

minillustrazioni_linz Segui già Messaggio

Post: 1.580 113.000 follower 1.588 profili seguiti

Linz
Paola
Messaggi positivi
Illustrazioni e ricami.
Calabria
coverpersonalizzate.it/collections/minillustrazioni_linz
Follower: immaforniano92, vickypoisbourne, jessastachonzo e altri 3

tattoo cover tote libri regali Natale dediche leggende

POST REELS POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

Illustration of a book cover with a green circle and a red balloon.

Portrait of Paola, the creator.

Illustration of a gift box with a pink rose and a card with a floral illustration.

Illustration of a pink background with a circular shape and a small figure.

Illustration of a pink background with a circular shape and a small figure.

Illustration of a dark blue background with a yellow arrow and a red and white striped shape.

#5. CASE HISTORIES

lilybris Segui già Messaggio +R ...

Post: 6.799 · 127.000 follower · 2.171 profili seguiti

Cecilia Roda - Lilybris
Artista
Fatti concretizza i sogni • pieces of my (he)art • collab with @siodonna_it • shop on @spritziviva • #lilybris it • Scopri il mio mondo qui linktr.ee/LilybrisCeciliaRoda

Followers: [ig_italia](#) • [spazzeripolitics](#)

#collab1 Omini Tour Coco Camera 1 lilyxpritz #collab2 Puzi

POST REELS POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

Per me la felicità è...

Ci sono cose che puoi controllare...

Oggi voglio dirti ...

Per me la felicità è...

Stare tutti molto calmi.

#5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'diaridibrodo'. The profile picture is a circular illustration of a character with a red speech bubble containing the text 'DIARI BRODO'. The bio includes the name 'Diari di Brodo she/her', the role 'Artista', and a description: 'Sono il brodo che bevi quando stai male. Inutile ma piacevole'. It also lists collaborators like '@martinafippella', contact information for 'SHOP e LIBRO', and a link to 'linktree/diaridibrodo'. Below the bio are several categories of content: 'Codingweek', 'Disegnuzzi', 'Sogni VIP', 'Purmonia', 'Srydidiagbe...', 'Illustrazioni', and 'Cover'. The main feed shows a grid of six posts, including a pink graphic with the text 'IT'S GONNA BE MAY', a purple graphic with 'BOOY' and two orange characters, a yellow graphic for 'CORSO di LEADERSHIP SBAGLIATO', a green graphic for 'OROSCHIFO A CASO', a photo of a building with overlaid text, and a purple graphic with multiple instances of the character's face.

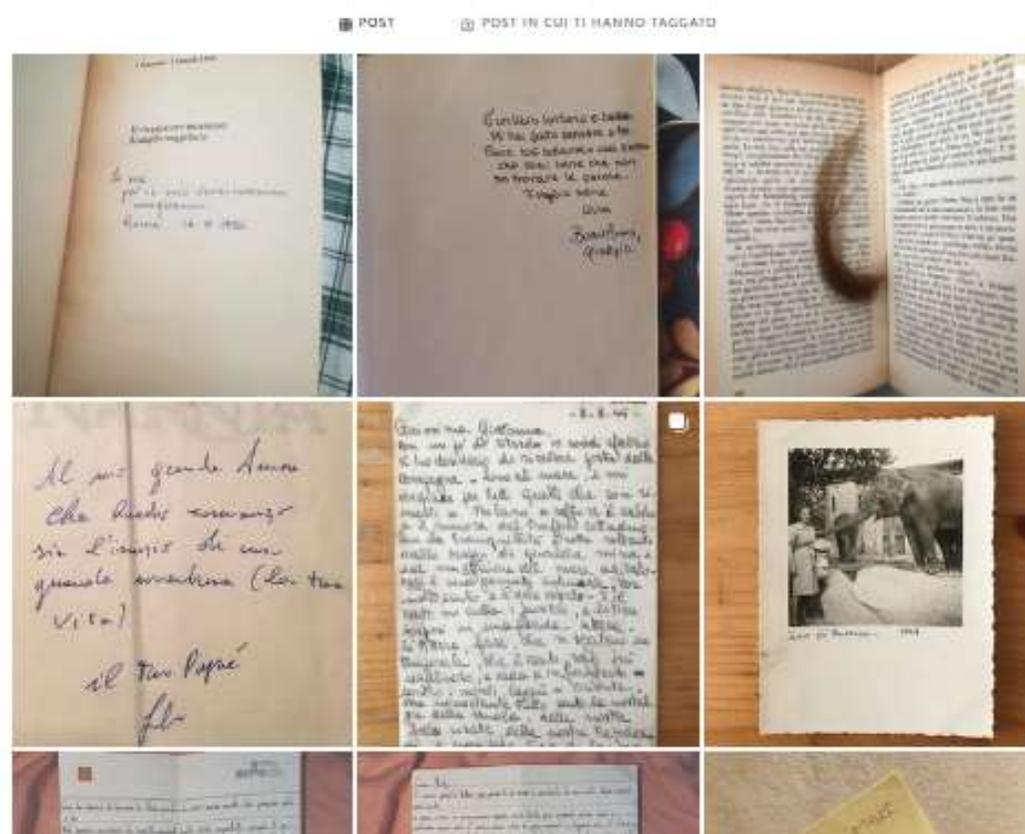
#5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'zeroimpegno'. The profile picture is a circular logo with the text 'ZERO IMPEGNO' and a cartoon character. The bio includes: 'Artista', 'Chiara Arianna', 'Per poster e collaborazioni in DM', 'Mail: zeroimpegno21@gmail.com', and 'Il nostro libro: psicograficeditore.com/shop/libri/zero-impegno'. It also lists followers 'ppalorota' and 'sarapalmieri'. Below the bio are five category icons: Shop, Libricino, Cover, Disegnini, and Storie. The main content area shows a grid of six posts, each a satirical illustration:

- Top Left:** A green post titled 'I MIEI TALENTI:' with a list: 1. DORMIRE, 2. RINCHIAMARE, 3. PROCRASTINARE, 4. DORMIRE.
- Top Middle:** A purple post titled 'COSA METTERE IN VALIGIA:' showing a suitcase with items labeled 'MEDICINE', 'BUONE INTENZIONI', and 'DISASTRI'.
- Top Right:** A yellow post titled 'QUANDO TI CHIEDONO COSA CE E RISPONDI "MENTE"' showing a jar of 'Mente' jam.
- Bottom Left:** A blue post titled 'LA MIA GIORNATA:' with three categories: 'CHE FAFO' (with a donut), 'CHE SONO' (with a bed), and 'CHE ANSIA' (with a brain).
- Bottom Middle:** A pink post titled 'HO BISOGNO DI TE' showing a box of 'RObilas 20 mg' medicine.
- Bottom Right:** An orange post showing a Kinder Surprise egg with a red face and the text 'SE IL TUO PENSIERO RITORNA ALLA PASTA'.

#5. CASE HISTORIES

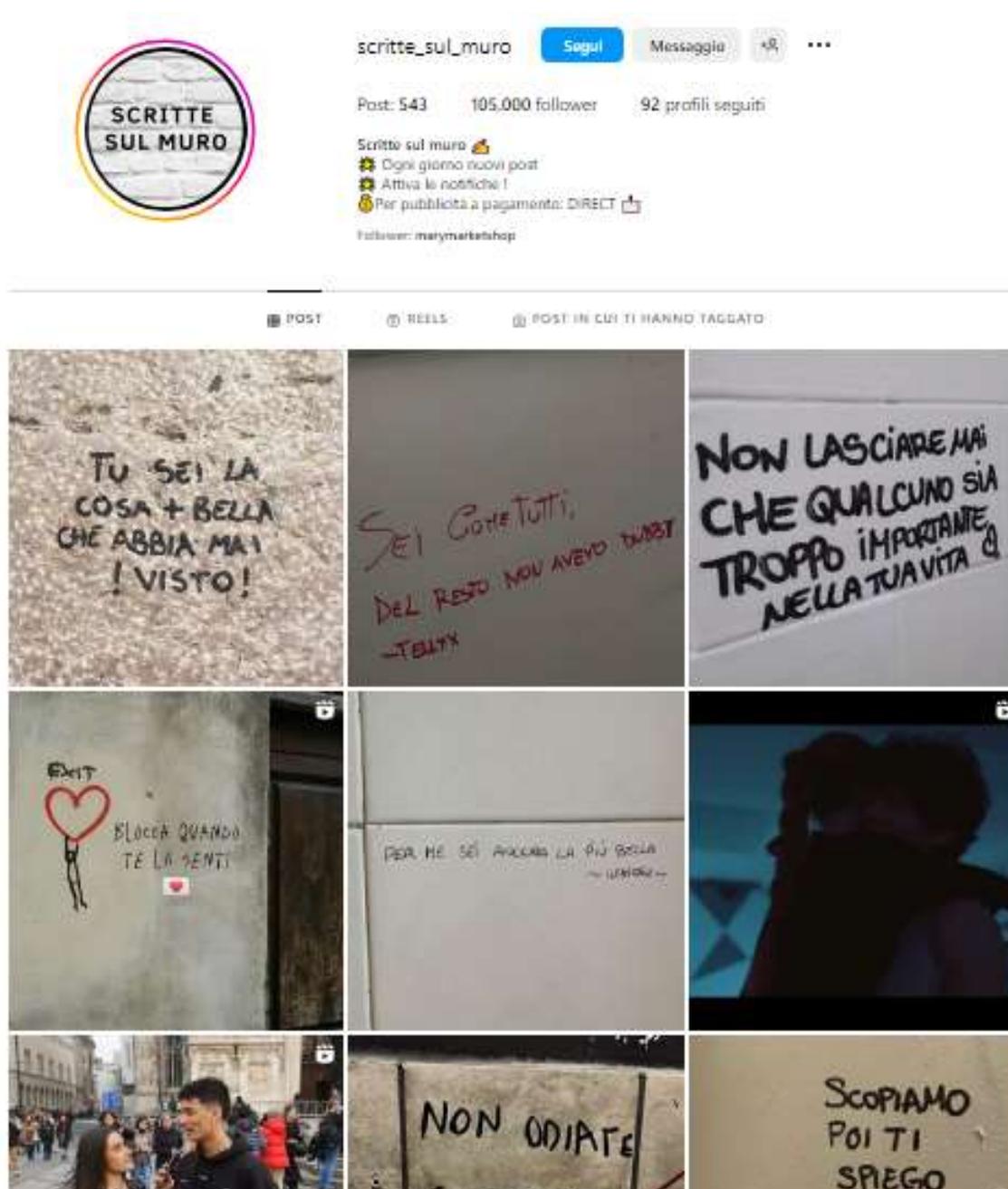
The screenshot shows the Instagram profile for 'coseneilibri'. The profile picture is a circular logo with a hand holding a pen. The bio reads: 'Cose nei libri | Archivio semi serio di cose trovate nei libri usati. Cose perse, dimenticate o abbandonate. 1 cosa su 3 fa piangere. Progetto di @giorgiademuro'. It lists 82 posts, 45,400 followers, and 281 profiles followed. A row of seven user avatars is shown below, including 'Esatto: libri', 'ScaffaleCADS', 'Angela Carter', 'Pantini', 'Geronimo S', 'Michaelo', and 'Ada o Ardore'.



#5. CASE HISTORIES



#5. CASE HISTORIES



The image shows the Instagram profile for 'scritte_sul_muro'. The profile picture is a circular logo with the text 'SCRITTE SUL MURO' inside. The bio includes the text 'Scritte sul muro 🗺️', 'D ogni giorno nuovi post', 'Attiva le notifiche!', and 'Per pubblicità a pagamento: DIRECT 📩'. The follower count is 105,000. Below the profile information, there is a grid of nine images showing various graffiti and street art. The first row contains three images: a wall with the text 'TU SEI LA COSA + BELLA CHE ABBAIA MAI ! VISTO!', a wall with 'SEI COME TUTTI. DEL RESTO NON AVEVO DUBBI' and '-TOLTY', and a wall with 'NON LASCIARE MAI CHE QUALCUNO SIA TROPPO IMPORTANTE NELLA TUA VITA'. The second row contains three images: a wall with a drawing of a person holding a heart and the text 'EXIT BLOCCA QUANDO TE LA SENTI', a wall with 'PER ME SEI ANCORA LA PIU' BELLA' and '-LINDA', and a dark image of a person's silhouette. The third row contains three images: a street scene with people, a wall with 'NON ODIATE', and a wall with 'SCOPIAMO POI TI SPIEGO'.

#5. CASE HISTORIES

The image shows the Instagram profile for 'scritte_sul_muro'. The profile picture is a circular logo with the text 'SCRITTE SUL MURO' inside. The bio includes the text 'Scritte sul muro', 'D ogni giorno nuovi post', 'Attiva le notifiche!', and 'Per pubblicità a pagamento: DIRECT'. The profile has 543 posts, 105,000 followers, and 92 profiles followed. Below the profile information, there are navigation tabs for 'POST', 'REELS', and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. The main content area displays a grid of nine images, each showing a different piece of street art or graffiti with various messages in Italian.

SCRITTE SUL MURO

Post: 543 105.000 follower 92 profili seguiti

Scritte sul muro 📍
🔔 D ogni giorno nuovi post
🔔 Attiva le notifiche!
📩 Per pubblicità a pagamento: DIRECT

Followers: marymarketshop

POST REELS POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

TU SEI LA COSA + BELLA CHE ABBAIA MAI! VISTO!

SEI COME TUTTI, DEL RESTO NON AVEVO DUBBI
-TOLLY-

NON LASCIARE MAI CHE QUALCUNO SIA TROPPO IMPORTANTE NELLA TUA VITA

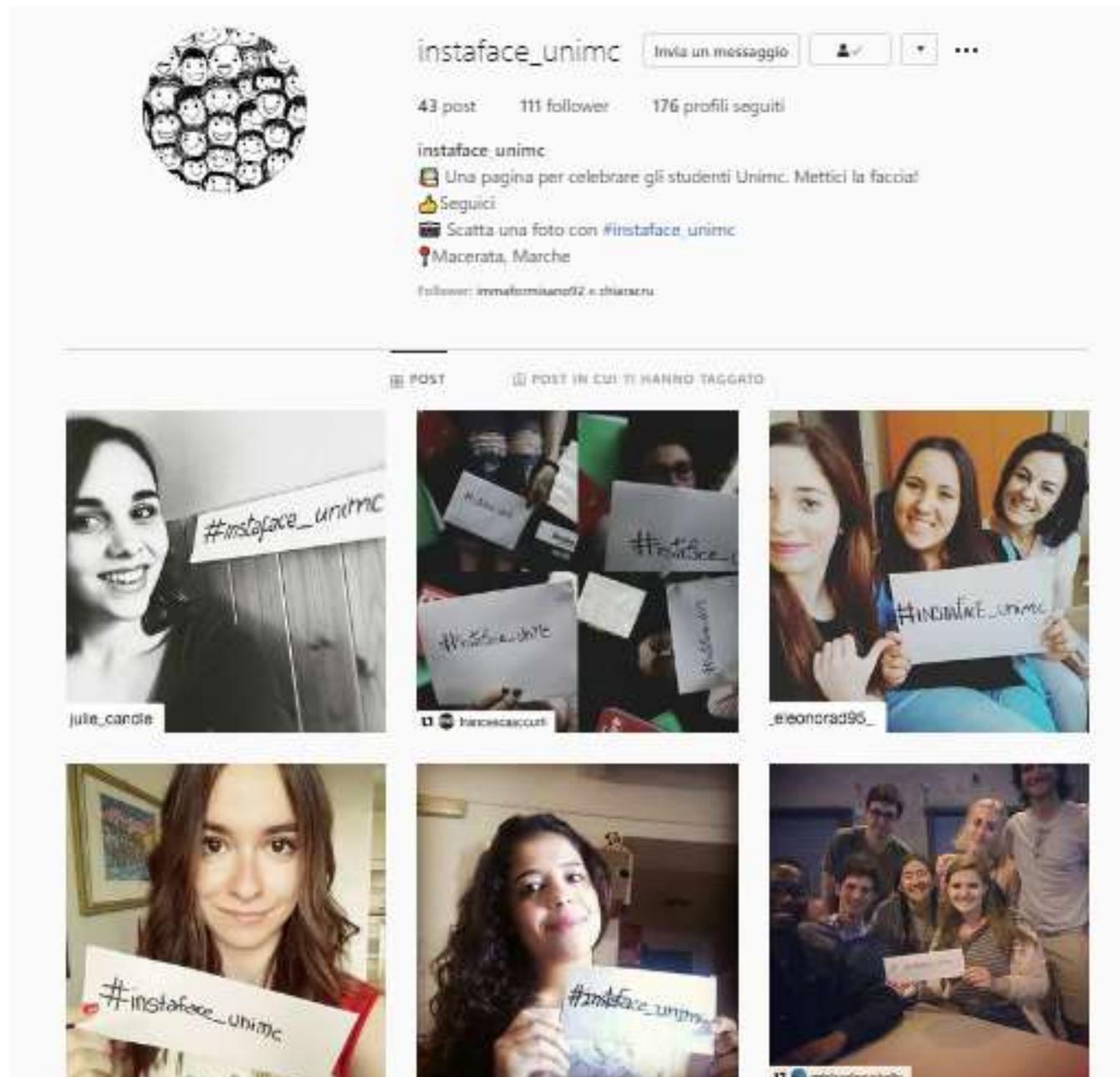
EXIT
BLOCCA QUANDO TE LA SENTI

PER ME SEI ANCORA LA PIÙ BELLA
-LINDA-

NON ODIATE

SCOPIAMO POI TI SPIEGO

#5. CASE HISTORIES



The image shows a screenshot of the Instagram profile for 'instaface_unimc'. The profile picture is a circular collage of many small, stylized faces. The bio reads: 'Una pagina per celebrare gli studenti Unimc. Mettici la faccia! Seguici Scatta una foto con #instaface_unimc Macerata, Marche'. Below the bio, it lists two followers: 'innafomianoz2' and 'chiaraeru'. The post grid shows six photos of students holding signs with the hashtag #instaface_unimc. The first photo is by 'jule_candle', the second by 'francescaicouti', the third by '_leonrad95_', the fourth by 'francescaicouti', the fifth by 'francescaicouti', and the sixth by 'francescaicouti'.

instaface_unimc Invia un messaggio

43 post · 111 follower · 176 profili seguiti

instaface_unimc
Una pagina per celebrare gli studenti Unimc. Mettici la faccia!
Seguici
Scatta una foto con #instaface_unimc
Macerata, Marche

followers: innafomianoz2 e chiaraeru

POST POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

jule_candle

francescaicouti

leonrad95

francescaicouti

francescaicouti

francescaicouti

#5. CASE HISTORIES

The image shows a screenshot of an Instagram profile for 'poivorrei_unimc'. The profile picture is a dark red circle with the text 'PoiVorrei. UniMC'. The bio reads: 'PoiVorrei_UniMc PoiVorrei è tutto quello che ci manca di Unimc e che vorremo rivivere al più presto.' Below the bio are icons for a book and a document. The profile has 7 posts, 249 followers, and 687 profiles followed. The main content is a grid of six dark red posts with white text, all attributed to 'Anonimo'. The posts are:

- Poi vorrei ritornare a fare il 2x1 al Cabaret.
- Poi vorrei sbronzarmi dopo un esame.
- Poi vorrei il giovedì universitario.
- Poi vorrei il sidro del BeerBang.
- Poivorrei il kebab il giovedì alle 3 di mattina.
- Poivorrei andare al CASB solo per "visionare" i ragazzi.

#5. CASE HISTORIES

The image shows the Instagram profile for 'poivorrei'. The profile picture is a red circle with the brand name 'poivorrei' in white. The bio includes the text: 'poivorrei® è ciò che non vogliamo più dare per scontato. Novità 📅: Agenda 2022 con penna. Scrivi il tuo #poivorrei cliccando qui 🖱️ linktr.ee/poivorrei'. The profile has 404 posts, 470,000 followers, and 18 profiles followed. Below the bio are seven category icons: Flashback, Playlist, #tucometoi, Fiori, CARD, Making, and Ditemmi vita. The main content area shows a grid of posts, including a stack of red cards with the text 'poivorrei una gioia.', a yellow card with 'poivorrei essere pagata per non fare nulla.', a hand holding a white card with 'poivorrei qualcosa che mi stordisce i pensieri.', a white card with 'poivorrei il bacio della buonanotte.', a red card with 'poivorrei trovare la metà della mia mela.', and a close-up of a white mug with a gold rim.

#5. CASE HISTORIES

whattravelmeans_marche Segui già Messaggio

515 post 16.100 follower 1.990 seguiti

Giulia Cimarelli | Marche content creator e social media manager

whattravelmeans_marche

Sito Web locale e relativo ai viaggi
Scopri con me cosa significa viaggiare nelle Marche!
Ho una rubrica che si chiama #meipiacemagnà
Magno, giro e promuovo il territorio

Follower: abilitati_dentini, marche_travel, marchetourism e altri 6

Artigiani Alloggi Marche exp Pizza #meipiacemagnà Chi sono?

POST REELS POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

- Le Marche e i suoi tanti dialetti...
- IN PIAZZETTA
- ARTIGIANI NELLE MARCHE! LA MAPPA DI LODA A PESARO
- ALLOGGI E MAGNÀ HOTEL PINETA A CAMPODONICO (AN)
- ASD SANTO STEFANO PORTO POTENZA PICENA
- OGGI SI MANGIA IL DISCO VOLANTE ALLO ZUCCHERO A TREVISO

#5. CASE HISTORIES



Guarda

(c'è la "guida alla pagina" nelle storie in evidenza)



#5. CASE HISTORIES

https://www.canva.com/design/DAFmL_ep6fM/zZPNI2usmv8PFYyuO3QYpg/view?utm_content=DAFmL_ep6fM&utm_campaign=share_your_design&utm_medium=link&utm_source=shareyourdesignpanel



grazie

