

## DIGITAL CONTENT STRATEGY

Risultati migliori, più stabili e duraturi sono alla portata della tua azienda

**n<sup>o</sup>mesia**  
Lead Generation & Web Marketing Strategies

**Google**

JAN  
2017

# DIGITAL IN ITALY

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL  
POPULATION



**59.80**  
MILLION

URBANISATION:  
**69%**

INTERNET  
USERS



**39.21**  
MILLION

PENETRATION:  
**66%**

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**31.00**  
MILLION

PENETRATION:  
**52%**

UNIQUE  
MOBILE USERS



**50.77**  
MILLION

PENETRATION:  
**85%**

ACTIVE MOBILE  
SOCIAL USERS



**28.00**  
MILLION

PENETRATION:  
**47%**

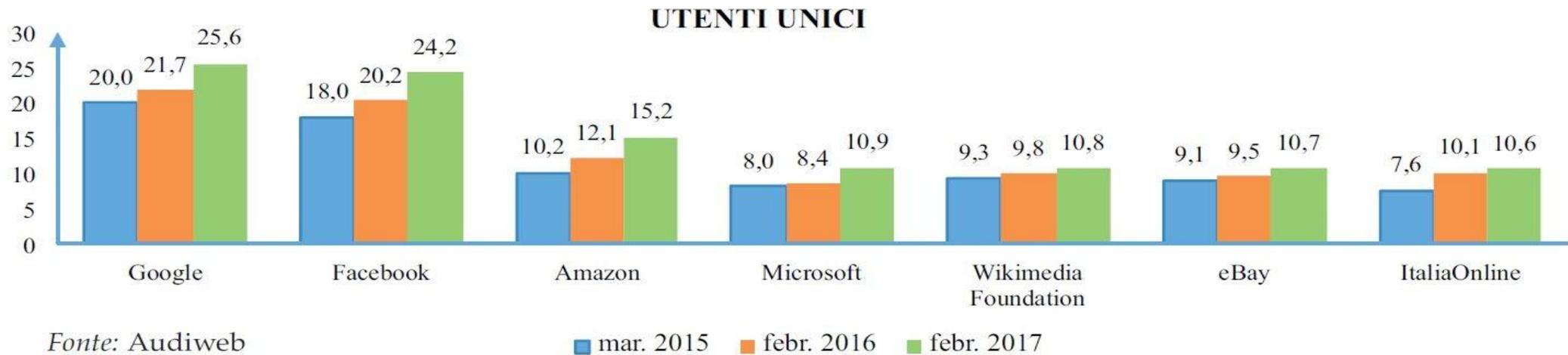
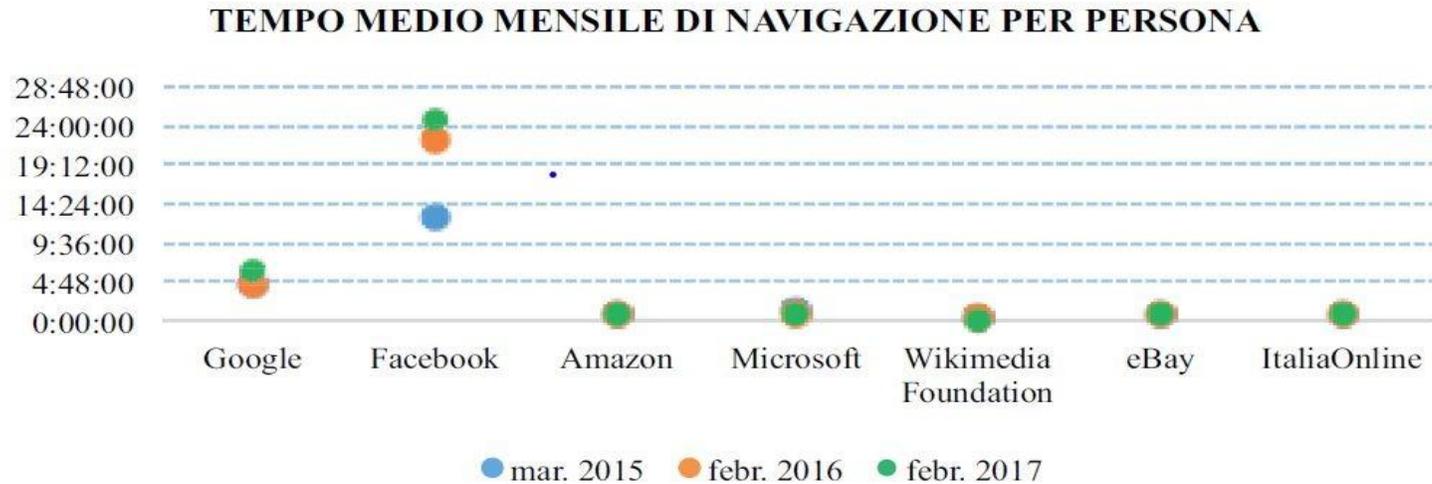
we  
are  
social



we  
are  
social

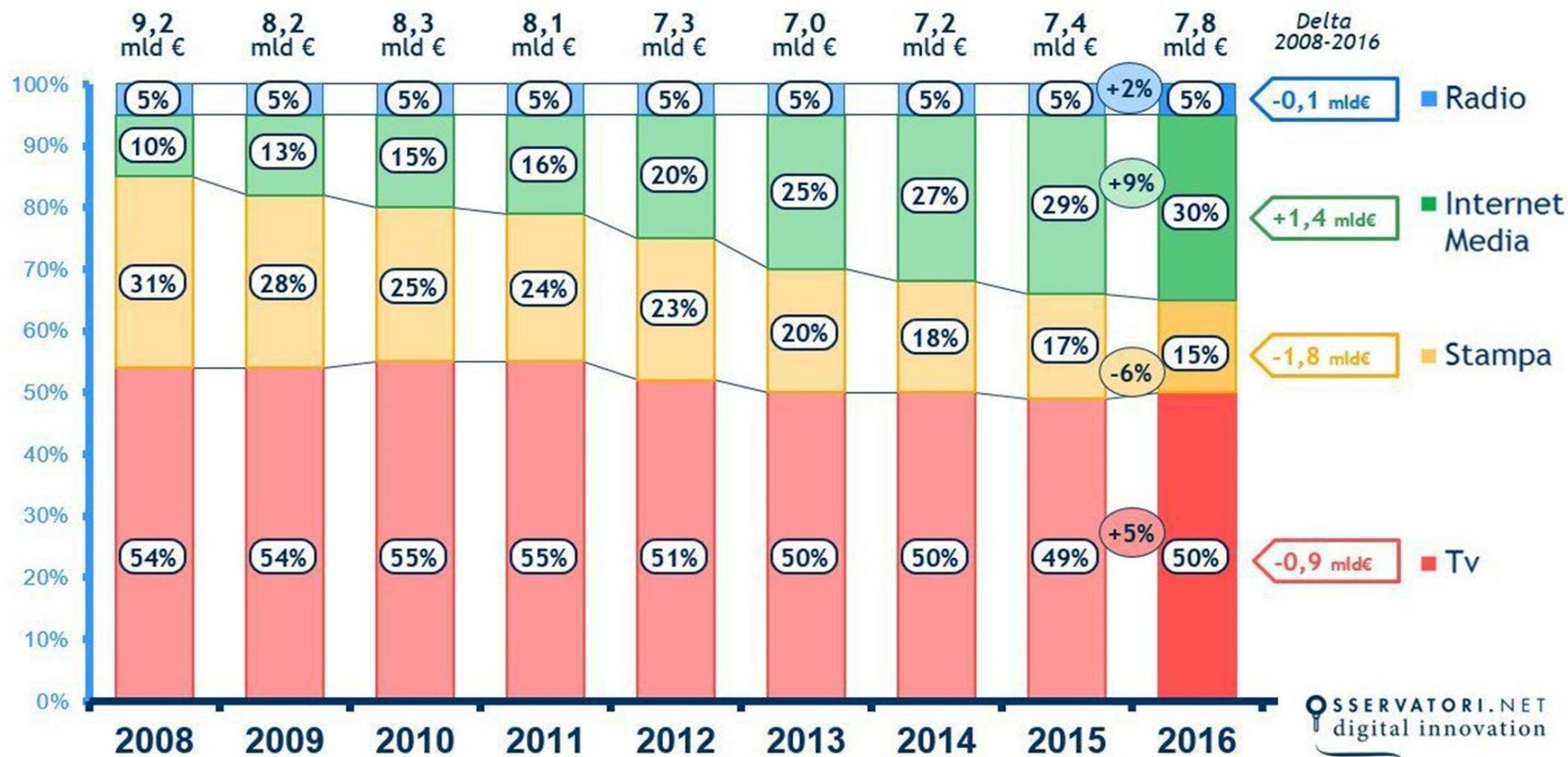


# Google è leader per utenti unici, Facebook per tempo medio di navigazione.



Fonte: Audiweb

La pubblicità online, pur in un mercato complessivamente in contrazione, ha raggiunto una quota di mercato del 30%



L'online ADV funziona

Ma è l'approccio complessivo  
che porta al successo

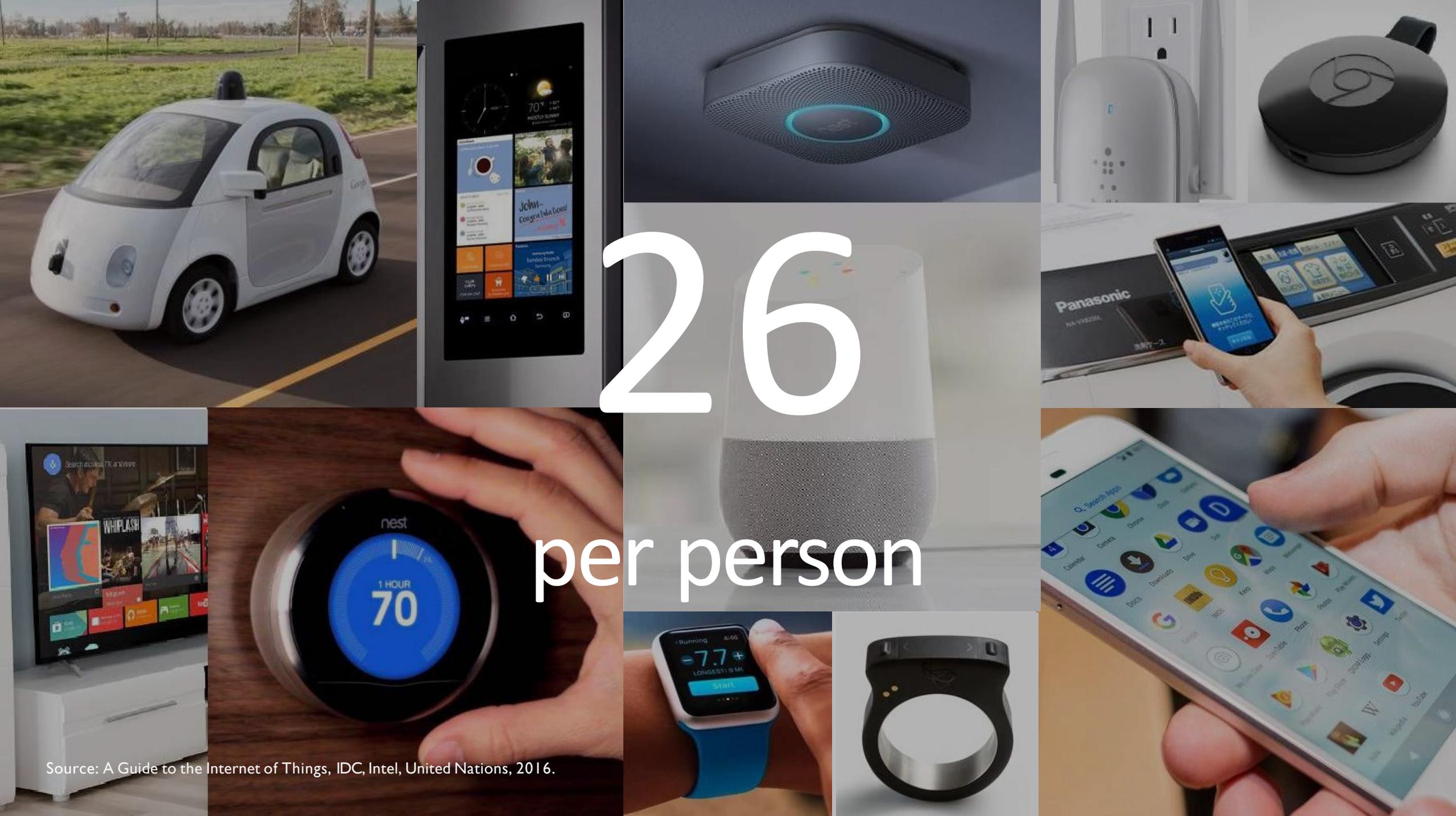
We're moving into the  
"Age of Assistance"



# From Text to Voice



In the Google app (on Android, in US), 20% of searches are now by voice.



26

per person

Source: A Guide to the Internet of Things, IDC, Intel, United Nations, 2016.

Help me  
Faster



Know me  
Better



WOW me Everywhere

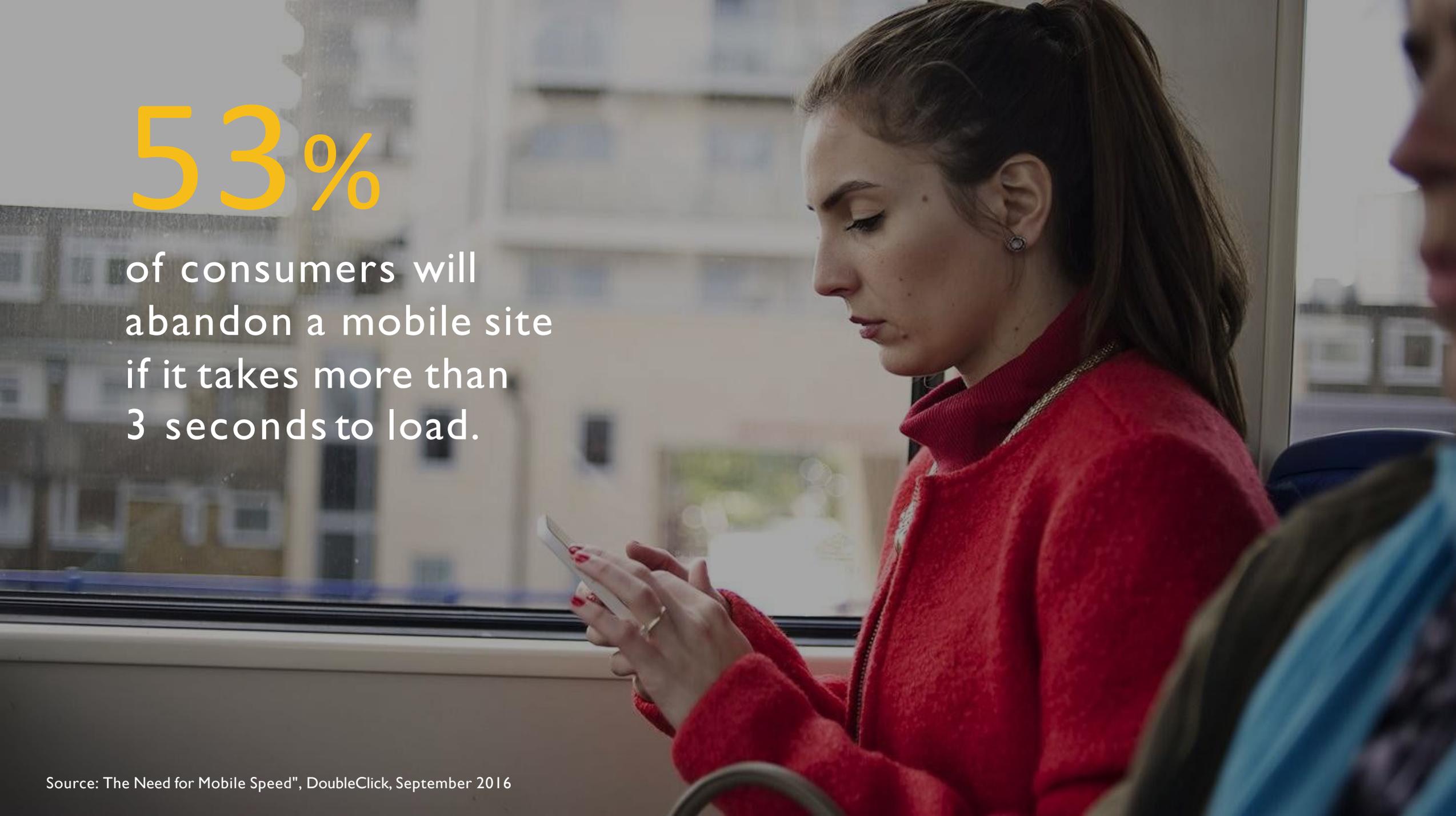
Help me  
Faster



Know me  
Better

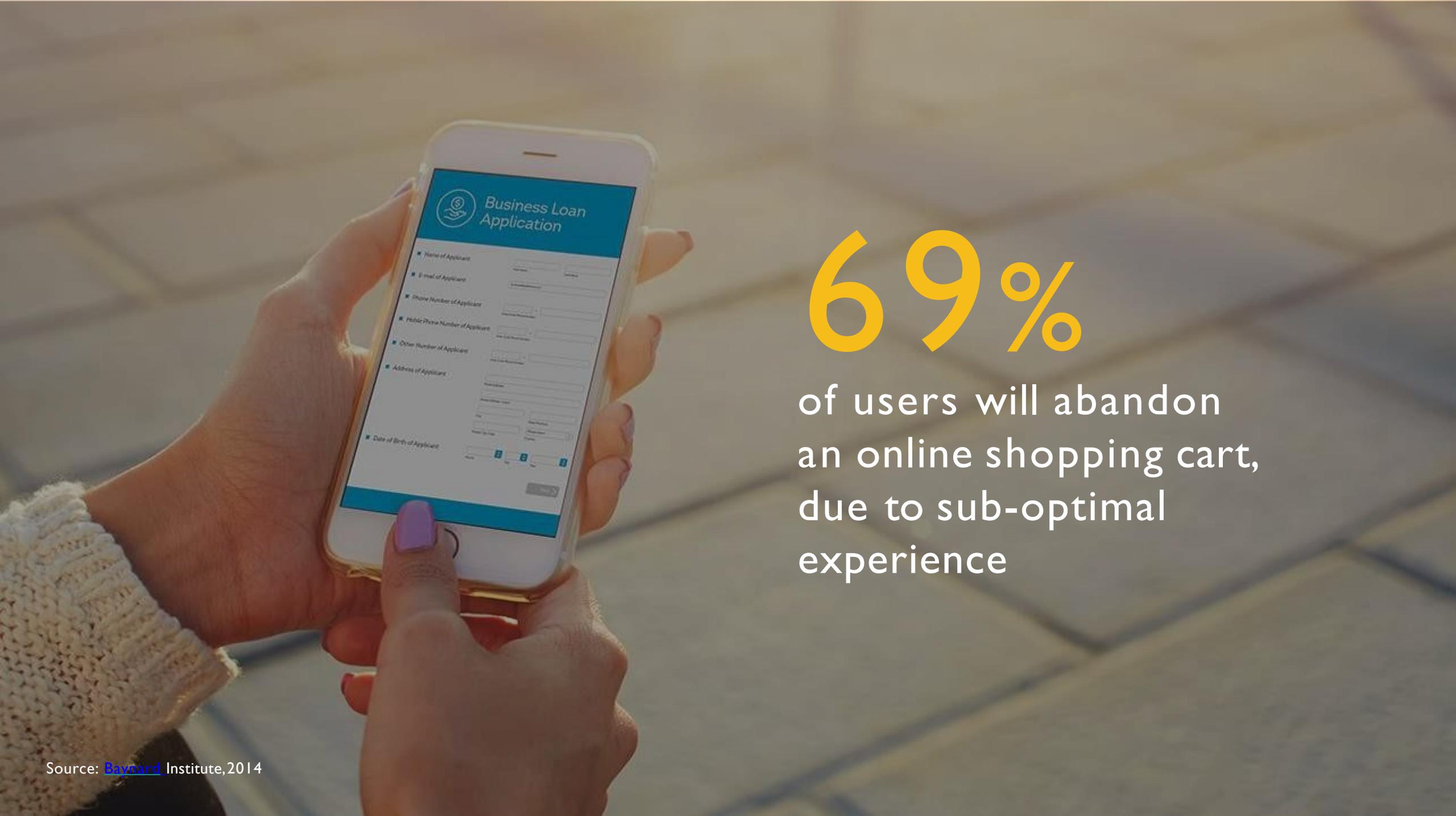


WOW me Everywhere

A woman with dark hair in a ponytail, wearing a red turtleneck sweater, is sitting in a car and looking down at her smartphone. The background shows a blurred cityscape through the car window. The text '53%' is overlaid in large yellow font on the left side of the image.

53%

of consumers will  
abandon a mobile site  
if it takes more than  
3 seconds to load.



69%

of users will abandon an online shopping cart, due to sub-optimal experience



**AMP**

AMP Pages load in

**<1s**

Help me  
Faster



Know me  
Better

WOW me Everywhere

A young woman with her hair in a bun, wearing a black leather jacket over a striped shirt, is looking at a smartphone. A young man with a beard and long hair, wearing a blue and white checkered shirt, is looking at the same phone. They are standing in front of a store window that reflects a white car. A black bag is on the ground near the woman.

# 63%

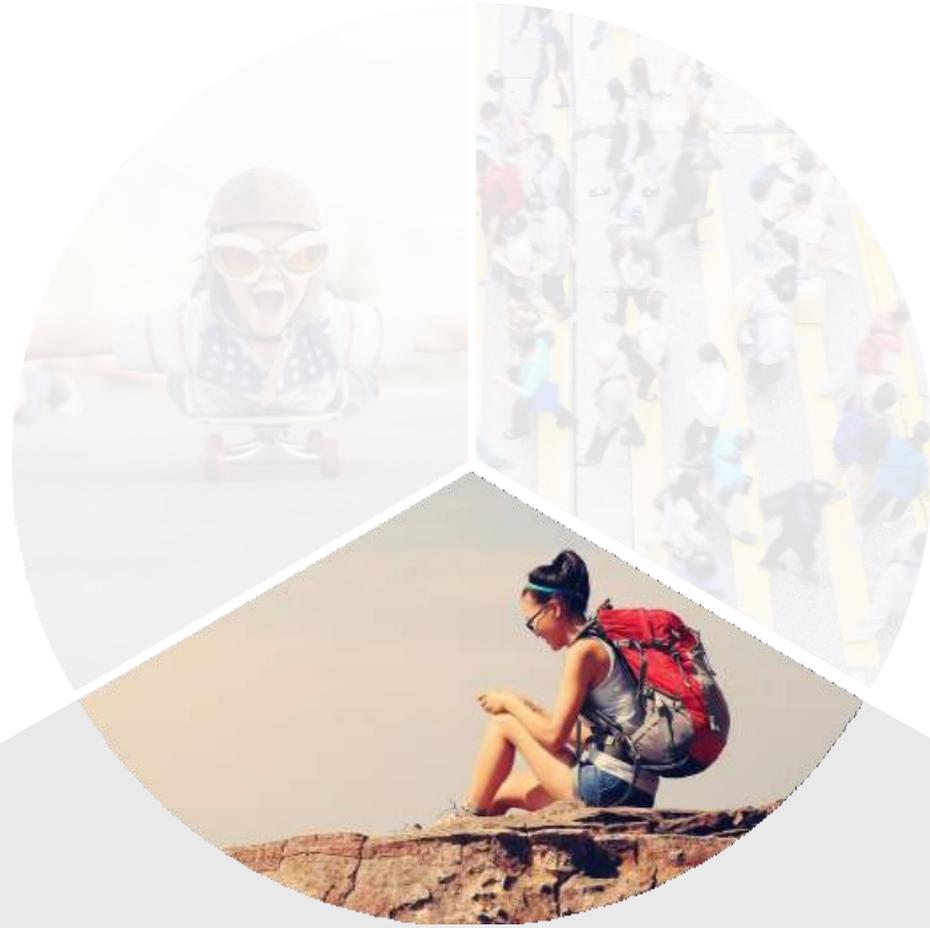
of people expect brands to use their purchase history to provide them personalized experiences

A group of business professionals are gathered around a table, looking at various data visualizations. One man in a blue shirt is pointing at a tablet displaying a dashboard. Other people are looking at papers with bar charts and line graphs. The scene is dimly lit, with the primary light source being the screens and papers.

89%

of US marketers reported that personalization on their websites or apps resulted in an uplift in revenue

Help me  
Faster



Know me  
Better

WOW me **Everywhere**

Brands must compete and provide  
the best experience  
always and everywhere



Nella «age of assistance»

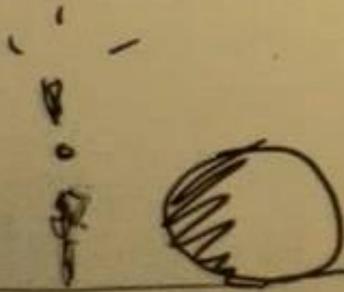
i contenuti diventano centrali

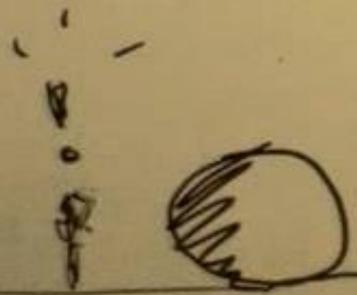
Online  
ADV

LEADS  
SALES  
X

CONCORRENZA  
SUI COMPARATORI

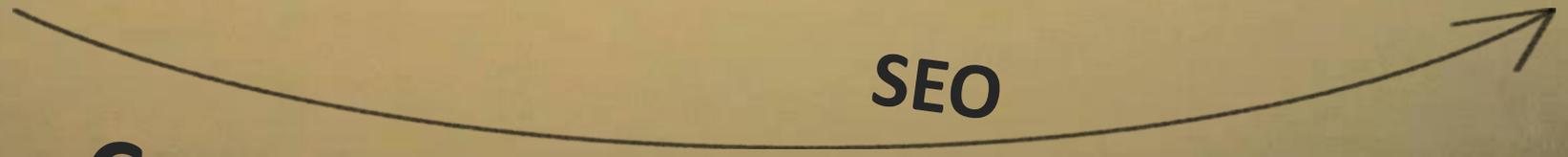
COSTO KEYWORD





LEADS  
SALES  
X

LEADS  
SALES  
X



Content

SEO

Broadcasting

Influencers

# Gli utenti cercano più **contenuti** che prodotti e brand



RICERCA DI CONTENUTO

RICERCA DI PRODOTTO

RICERCA DI BRAND

consigli per la maratona ●

scarpe per correre ●

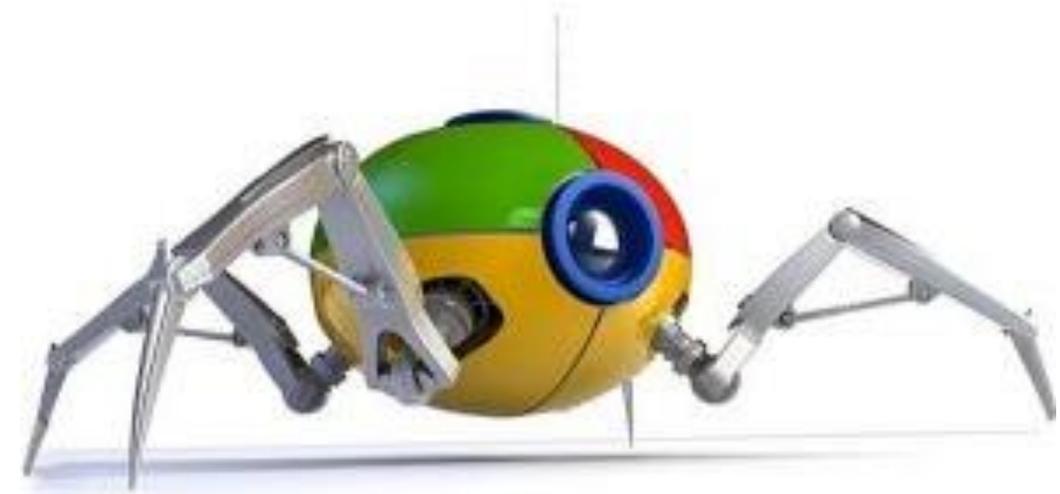
nike roshe run ●



L'arte del contenuto

**Come definire una content strategy**

La pianificazione dei contenuti **editoriali** deve soddisfare entrambi



# La pianificazione dei contenuti **video**: diversificazione di contenuto, consistenza dell'upload

## Help

Always-on contenuti  
“pull” definiti per il tuo  
core target

## Hub

Contenuti regolari “push”  
definiti per i tuoi prospect  
principali. Qui è dove ingaggi la  
passione del tuo brand con la  
passione dei tuoi clienti.

## Hero

Tent-pole events su larga  
scala o momenti “go big” definiti  
per awareness allargata



# Help



Savoir -faire



Tutorial

# Hub



Brand history



Ambassadeurs & values



Connected territories

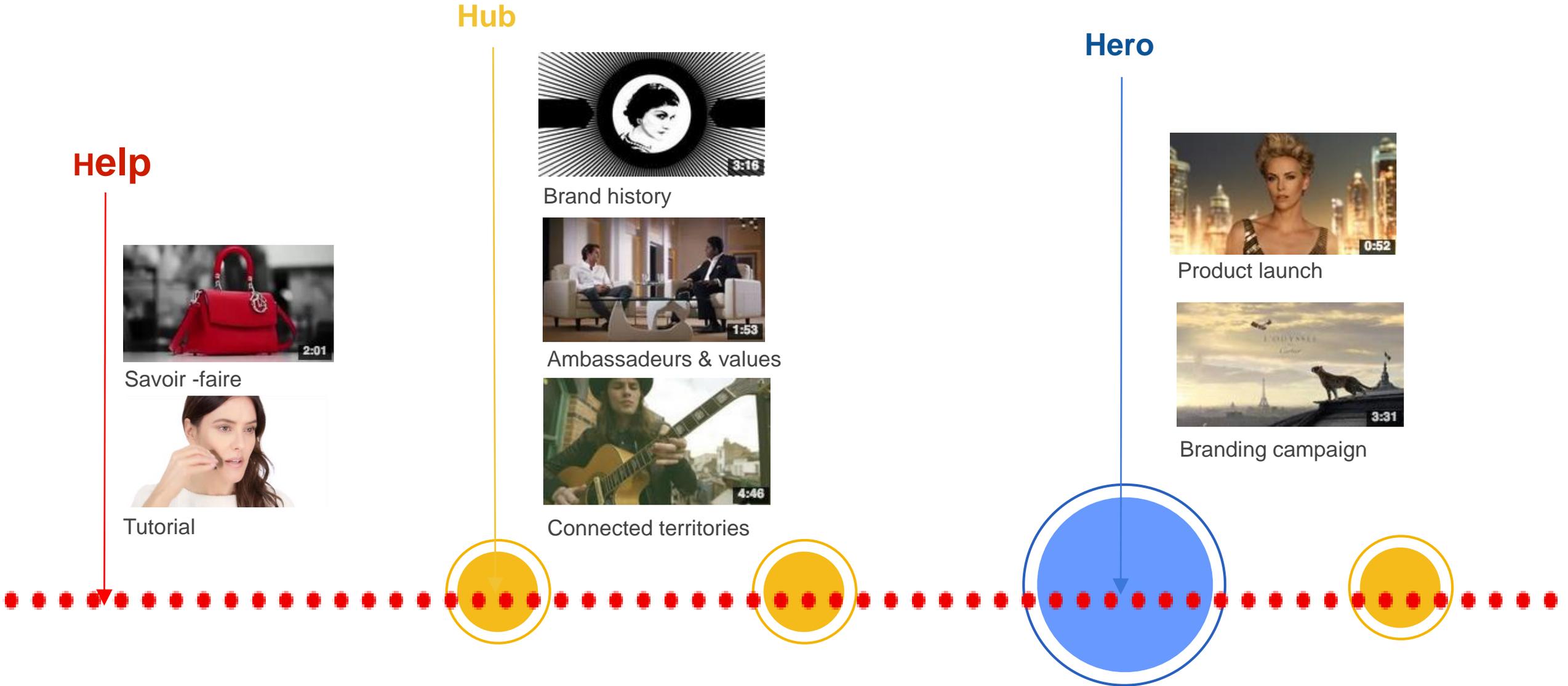
# Hero



Product launch



Branding campaign



# La realizzazione:

Ricchi + Rilevanti + Originali + Aggiornati + Ottimizzati SEO

Il tuo **sito** è dove convertirai l'audience in valore. E' centrale



# Fai convergere contenuti editoriali e video in un **Digital Magazine**

*REDAZIONE ARTICOLI  
BRANDIZZATI E OTTIMIZZATI SEO*



*REALIZZAZIONE VIDEO  
TAGGATI ED OTTIMIZZATI*



# Com'è fatto un Digital Magazine?

[Home](#) [Scenari](#) [Portafoglio](#) [Storie](#)

online**sim**



## PORTAFOGLIO



CLASSIFICHE

**CHI SALE E CHI SCENDE: LE CLASSIFICHE DEL MESE DI SETTEMBRE 2017**



PORTAFOGLIO

**MADE IN USA: COSA CAMBIA CON LA RIFORMA FISCALE TRUMP. DOVE INVESTIRE**

## I PIÙ LETTI



**ARRIVANO I PIR: GUIDA AI PIANI INDIVIDUALI DI RISPARMIO. COSA C'È DA SAPERE**

25.3K VISUALIZZAZIONI DI ONLINE SIM



**PORTAFOGLIO 2017: PIÙ EMERGENTI ED EUROPA, I MIGLIORI FONDI AZIONARI PER INVESTIRE**

17.4K VISUALIZZAZIONI DI ROBERTA CAFFARATTI



**PETROLIO: PERCHÉ IL 2016 SARÀ UN ANNO NERO**

15K VISUALIZZAZIONI DI ROBERTA CAFFARATTI



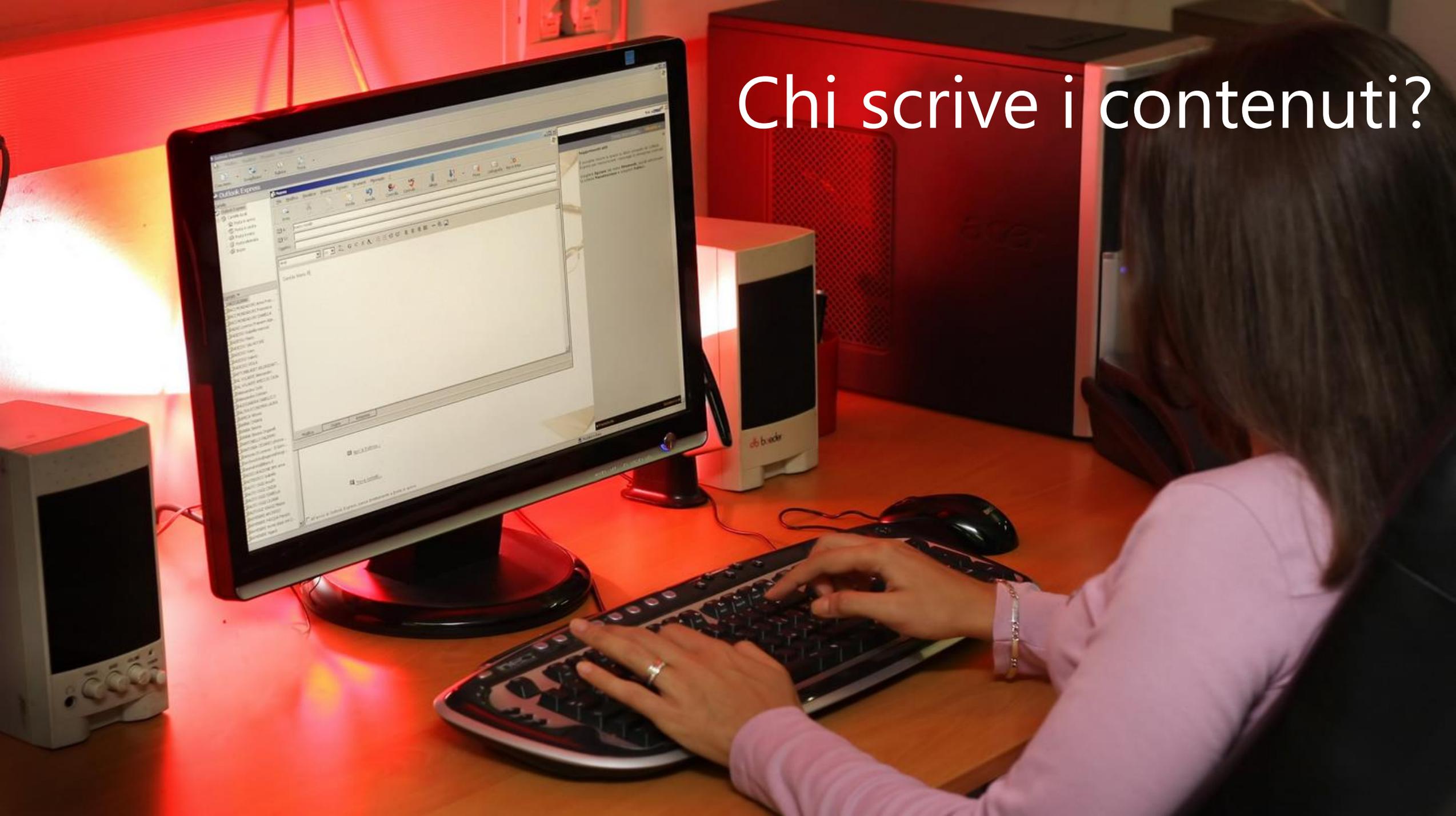
**FONDI OBBLIGAZIONARI: CACCIA AL RENDIMENTO. LE DIECI REGOLE PER NON SBAGLIARE**

14.5K VISUALIZZAZIONI DI ROBERTA CAFFARATTI



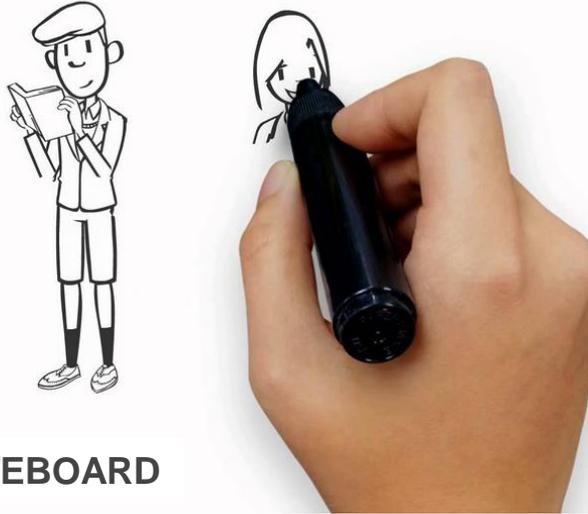
**PIANI INDIVIDUALI DI RISPARMIO: COSA C'È**

Chi scrive i contenuti?



# Ma per fare i video ho bisogno di Kubrik?

**video in grafica:**  
semplice  
e a basso costo



WHITEBOARD



EXPLAINER



INFOGRAFICA



COLLAGE // ART WORK

# Come convergono nel magazine testi e video?

## Crema al mascarpone: la Video Ricetta

Crema al mascarpone: buona da sola e come farcitura



La Crema al Mascarpone

0:00 / 0:00

★★★★★ 3/5

Ottima da sola, come farcitura di torte e tiramisù o come panettoni e pandori!

DI LORENZOVINCI • 3 MAGGIO 2017

Porzioni: 2 | Difficoltà: Facile | Tempo: 30 minuti  
Preparazione: 20 minuti | Cottura: - | Tag: Dessert

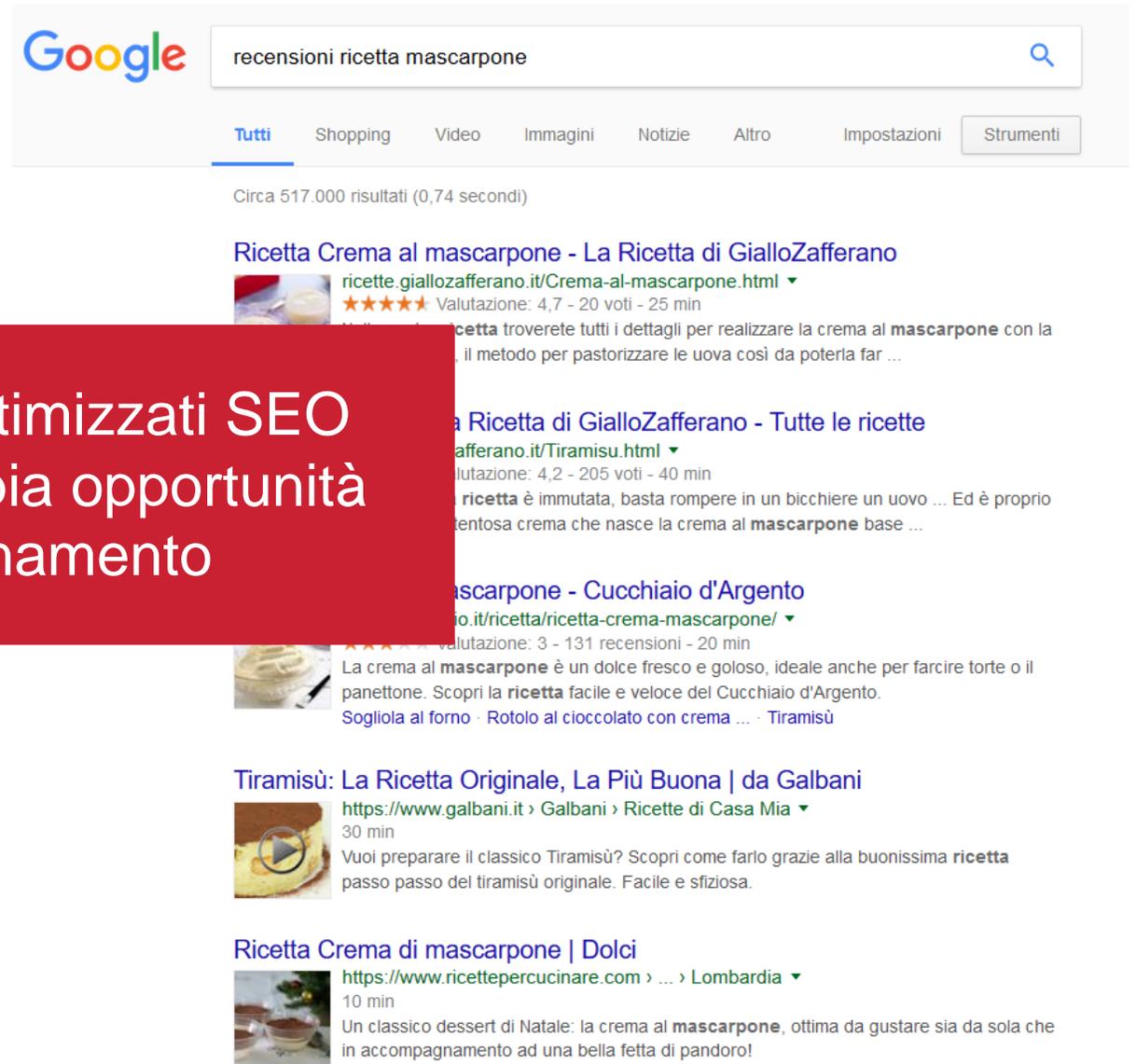
### INGREDIENTI:

- 250 gr di mascarpone
- 100 gr di zucchero semolato
- 2 uova
- 4 cucchiaini di liquore all'amaretto

### PREPARAZIONE:

1. Dividere le uova dai tuorli e montare gli albumi a neve ferma con un pizzico di sale.
2. Montare i tuorli e lo zucchero con una frusta fino a che il composto non risultò...

Testi e video ottimizzati SEO hanno una doppia opportunità di posizionamento



Google recensioni ricetta mascarpone

Tutti Shopping Video Immagini Notizie Altro Impostazioni Strumenti

Circa 517.000 risultati (0,74 secondi)

### Ricetta Crema al mascarpone - La Ricetta di GialloZafferano

[ricette.giallozafferano.it/Crema-al-mascarpone.html](https://ricette.giallozafferano.it/Crema-al-mascarpone.html)  
★★★★★ Valutazione: 4,7 - 20 voti - 25 min

...ricetta troverete tutti i dettagli per realizzare la crema al **mascarpone** con la ... il metodo per pastorizzare le uova così da poterla far ...

### La Ricetta di GialloZafferano - Tutte le ricette

[giallozafferano.it/Tiramisu.html](https://giallozafferano.it/Tiramisu.html)  
Valutazione: 4,2 - 205 voti - 40 min

...ricetta è immutata, basta rompere in un bicchiere un uovo ... Ed è proprio ... mentosa crema che nasce la crema al **mascarpone** base ...

### mascarpone - Cucchiaino d'Argento

[www.cucchiaio.com/ricetta/ricetta-crema-mascarpone/](https://www.cucchiaio.com/ricetta/ricetta-crema-mascarpone/)  
★★★★★ Valutazione: 3 - 131 recensioni - 20 min

La crema al **mascarpone** è un dolce fresco e goloso, ideale anche per farcire torte o il panettone. Scopri la **ricetta** facile e veloce del Cucchiaino d'Argento.  
Sogliola al forno · Rotolo al cioccolato con crema ... · Tiramisù

### Tiramisù: La Ricetta Originale, La Più Buona | da Galbani

<https://www.galbani.it> > Galbani > Ricette di Casa Mia > 30 min

Vuoi preparare il classico Tiramisù? Scopri come farlo grazie alla buonissima **ricetta** passo passo del tiramisù originale. Facile e sfiziosa.

### Ricetta Crema di mascarpone | Dolci

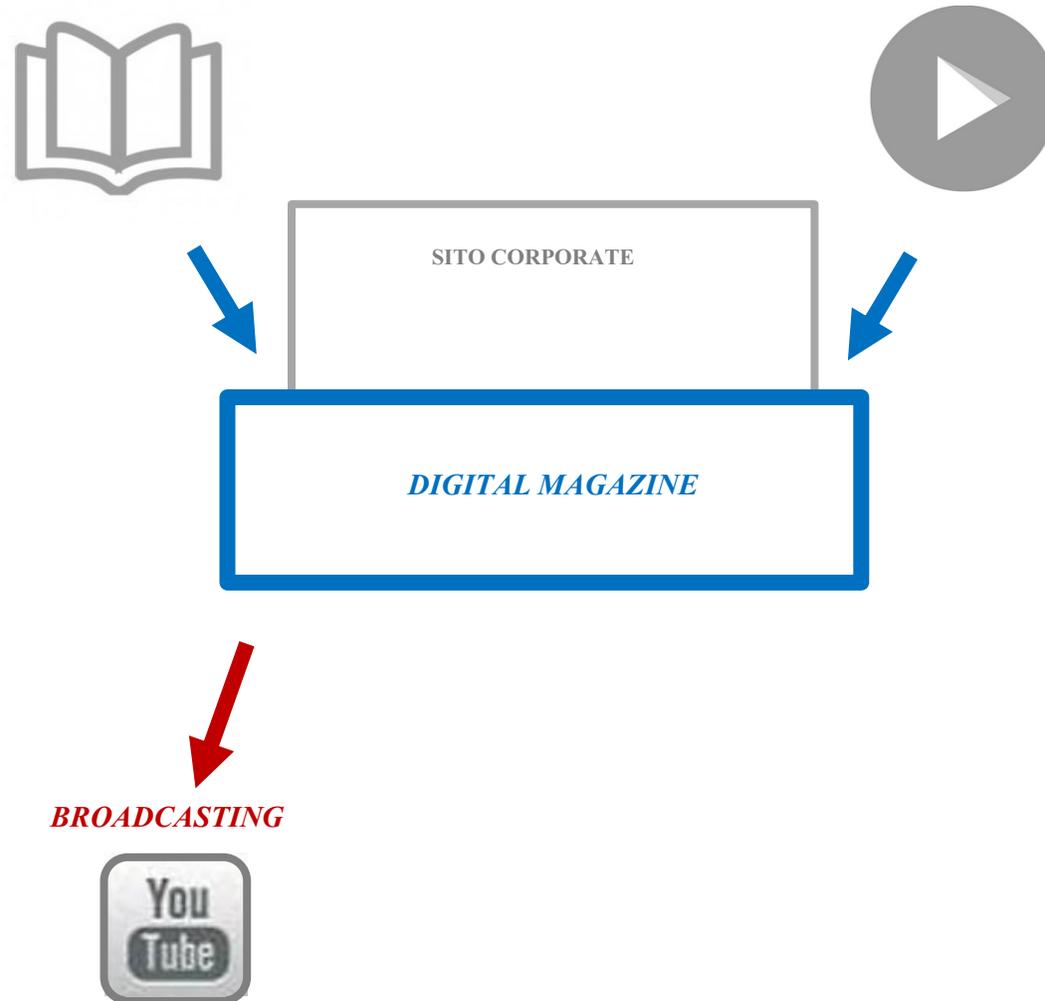
<https://www.ricettepercucinare.com> > ... > Lombardia > 10 min

Un classico dessert di Natale: la crema al **mascarpone**, ottima da gustare sia da sola che in accompagnamento ad una bella fetta di pandoro!

# La distribuzione: non solo ADV

SEO + Piattaforme Video + Passaparola

# Sfrutta la potenza di YouTube



The background is a faded, grayscale image of a storefront. It features a large window on the left with a display of items, possibly bicycles or equipment, and a door on the right. The text is overlaid on this background.

YOUTUBE E' POTENTE  
PER **AMPLIFICARE**  
IL TUO ASSET PIU'  
PREZIOSO:  
**IL TUO BRAND**

# YT is the destination for PASSIONS

# CONNECTED... to BRANDS

**1 su 2**

**76%**

**44%**

Considerano YouTube  
IL POSTO dove  
coltivare le proprie  
passioni ed interessi

Dichiarano che  
YouTube ha video unici  
delle proprie passioni

Considerano YouTube  
il posto per canali di  
alta qualità

**41%**

Vorrebbero che più aziende  
caricassero video su YouTube  
per saperne di più su prodotti  
e servizi

**40%**

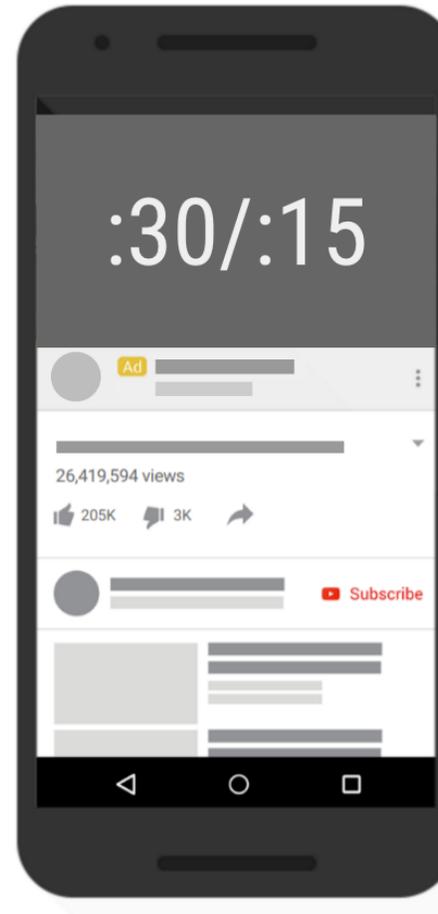
Vorrebbero vedere più brands  
legati a stelle e celebrità di  
youtube

L'attenzione disponibile è scesa a 5''

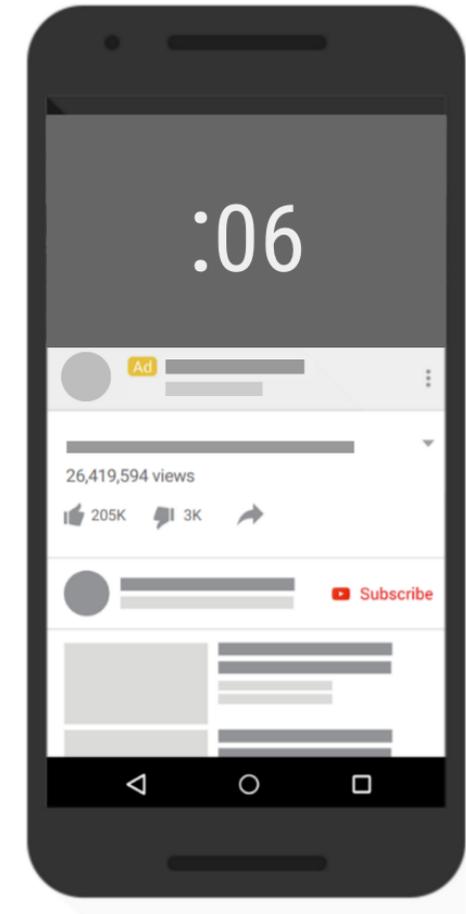
La chiave per  
sbloccare  
l'attenzione



TrueView



Bumpers



+

Con formati ottimizzati per incontrare i bisogni degli utenti



Catturare l'attenzione degli utenti  
con la **vista**, il **suono** ed il **movimento**



Il raggiungimento del target con risultati quantificati

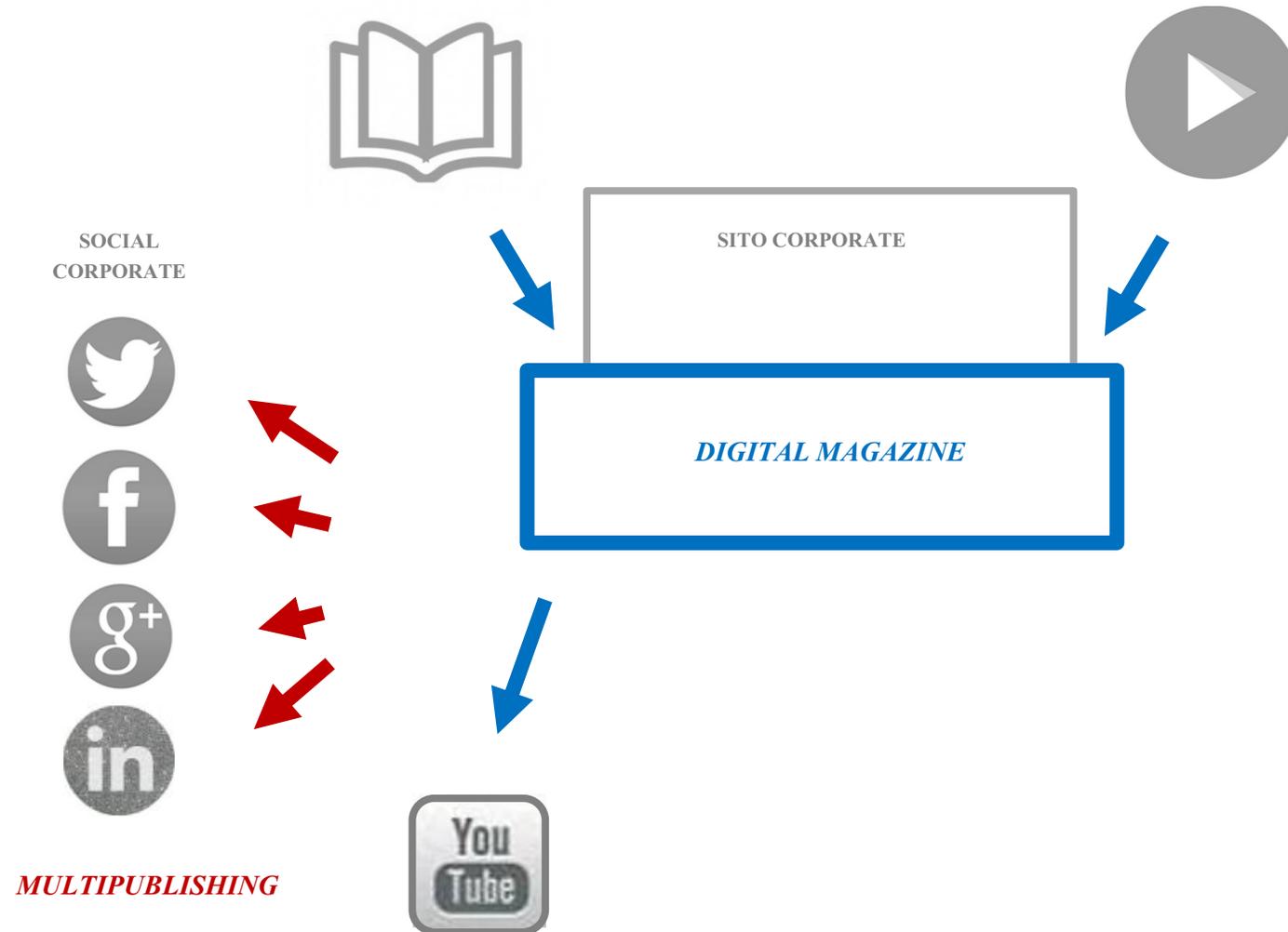
## BRAND LIFT

- Brand Awareness
- Ad Recall
- Purchase Intent

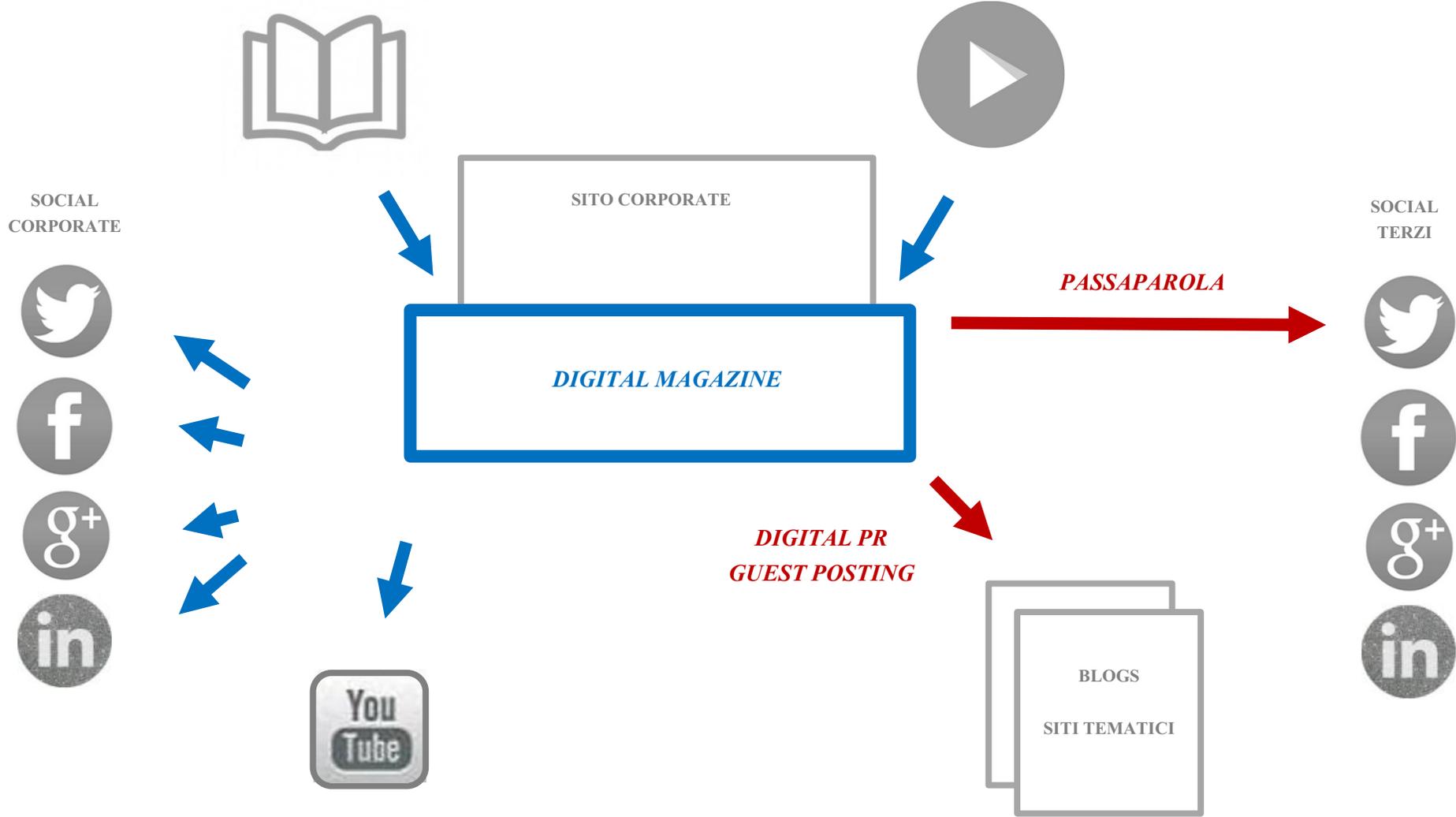
(+UNIQUE REACH)



# Per sfruttare le relazioni, usa le tue **pagine social corporate**



# Ma soprattutto **chiedi agli altri** di parlare di te





**Web Star**



**Blogger**



**Smart Influencer**

<b>Amount</b>	<i>Limited</i>
<b>Audience</b>	<i>Extended</i>
<b>Remuneration</b>	<i>€/post</i>
<b>Engagement</b>	<i>Medium</i>
<b>Measurement</b>	<i>Complicated</i>

😊	<i>Large</i>
😊	<i>Limited</i>
😊	<i>Performance</i>
😊	<i>Easy</i>
😊	<i>Structured</i>

# Digital PR: guest posting per branding e link di qualità

## Mothers



**MANUELA CERVETTI**  
<http://www.mammeacrobate.com>  
/ Social Network  
TWITTER: 1516 Following- 2701 Follower  
FACEBOOK: 138.636 utenti  
Page Rank: 4/10



**SARA SALVARANI**  
<http://www.mammachetesta.com/>  
Social Network  
TWITTER: Following- Follower  
FACEBOOK: seguita da 224 p (account personale)  
Page Rank: 3/10

## Dads



**FRANCESCO UCCELLO**  
<http://www.motelospiegoapapa.it/>



## Fashion

**NICOLETTA REGGIO**  
[www.scentofobsession.com](http://www.scentofobsession.com)  
Social Network  
TWITTER: 220 Following- 16.900 Follower  
FACEBOOK: 185.013 utenti  
Page Rank:n.d



**LUCIA DEL PASQUA**  
<http://thefashionpolitan.com/>  
Social Network  
TWITTER: 2244 Following- 7.049 Followers  
FACEBOOK: 7421 utenti  
Page Rank: 3/10



## Beauty

**CLIO ZAMMATEO**  
[blog.cliomakeup.com](http://blog.cliomakeup.com)  
Social Network  
TWITTER: 172000 Follower- 75 Following  
FACEBOOK: 1.922.008 utenti  
Page Rank: 3/10



**ROBERTA SCAGNOLARI**  
[www.robertyberta.com/](http://www.robertyberta.com/)  
Social Network  
TWITTER: 1249 Following- 8143 Follower  
FACEBOOK: 35.585 utenti  
Page Rank: 2/10



**CATERINA CHIMENTI**  
<http://www.lonelytraveller.eu/>  
Social Network  
TWITTER: 2181 Following- 4124 Follower  
FACEBOOK: 490  
Page Rank: 3/10

## Turism

**FRANCESCA TURCHI**  
<http://www.travelstales.it/>  
Social Network  
TWITTER: 981 Following- 10.500 Followers  
FACEBOOK: 7421 utenti  
Page Rank: 3/10



## E-commerce- Hitech

**AMICO PC**  
<http://www.amicopc.com>  
Social Network  
TWITTER: 494 Following- 2392 Follower  
FACEBOOK: 5.832 utenti  
Page Rank: 4/10



**LINKIESTA (sezione: innovazione)**  
<http://www.linkiesta.it>  
Social Network  
TWITTER: 1259 Following- 199000 Follower  
FACEBOOK: 125.349 utenti  
Page Rank: N.D



**IL SOLE 24 ORE**  
<http://www.ilsole24ore.com/>  
Social Network  
TWITTER: 249 Following- 816.000 Follower  
FACEBOOK: 576.513  
Page Rank: 8/10

## Economy

**INVESTIRE OGGI**  
<http://www.investireoggi.it/>  
Social Network  
TWITTER: 0 Following- 2299 Follower  
FACEBOOK: N.D  
Page Rank: 4/10



Per raggiungere target specifici  
e pagare a performance

Meglio 1.000 Smart Influencers  
che 1 Top Influencer

# Smart Influencers: per gestire la numerosità serve la tecnologia



Lithium



TRACKR



VOICR 





## 20.000 Smart Influencers

Già attivi per il passaparola di contenuti di loro interesse

	Automotive	6.500
	Finanza	7.500
	Food	6.000
	Moda	5.000
	Salute	4.500
	Sport	6.500
	Tecnologia	9.000
	Tempo Libero	6.500
	Viaggi	5.000



Reward Per Click (CPC)  
Reward Per Lead (CPL)  
Reward Per Sales (CPA)



IMPRESSIONS  
VIEWS  
CLICK  
LEADS  
SALES

# Gli influencers

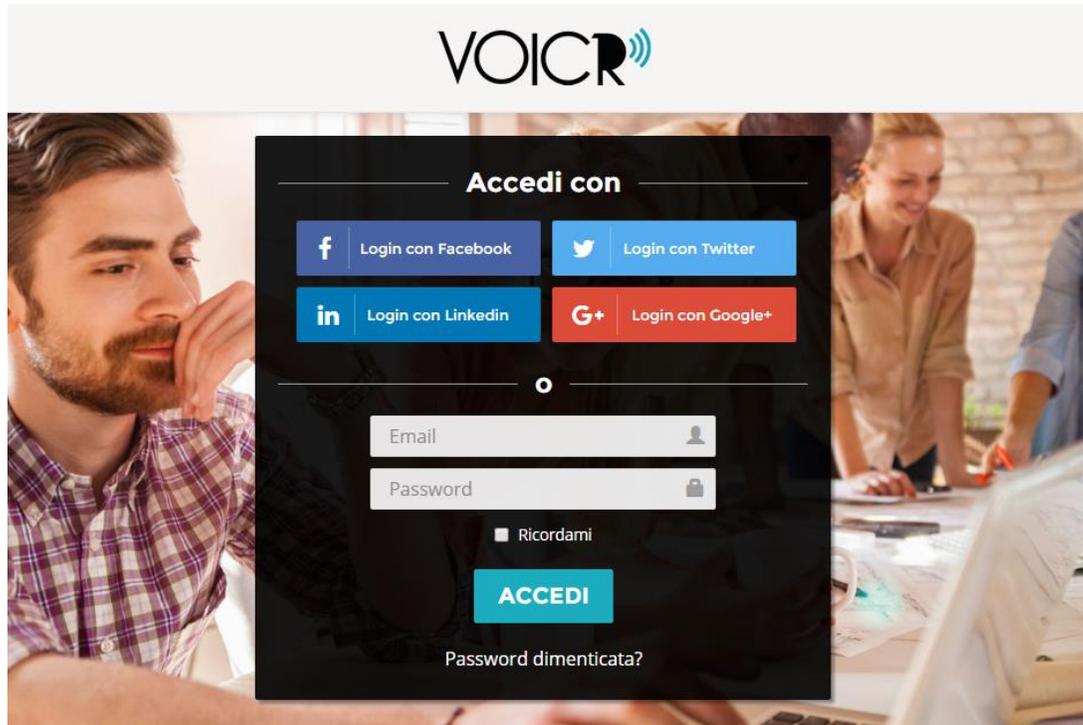
# VOICR

## si registrano da un invito:

- Una DEM
- Un Banner
- Un Promoted Post
- Il Member get Member
- Il passaparola



# Registrarsi è semplice



**DIVENTA UN INFLUENCER GRAZIE  
ALLA TUA POPOLARITÀ SUI SOCIAL**

Email \*

Indirizzo \*

CAP \*

Seleziona...

Città \*

Data di nascita \*

Telefono \*

Codice Fiscale \*

Note

Siti sui quali posterò i link

Maschio  Femmina

CATEGORIE DI INTERESSE

Food  Sport  Tecnologia

Moda  Salute  Viaggi

Finanza  Automotive  Tempo Libero

Ho letto e accettato il Contratto Business4People Influencer.

Ho letto e accettato il Codice Etico.

**REGISTRATI**

# E' semplice **condividere** i contenuti proposti

**VOICR**

PROFILO LE MIE CAMPAGNE CAMPAGNE PREMI NOTULE LOGOUT

## CAMPAGNE

LASCIARE A CHI LAVORA LA PIANIFICAZIONE DEI TURNI? PUÒ ESSERE UNA BUONA IDEA

### OBIETTIVI

**PREMIO IN DENARO** Obiettivo: click sul post 0,15 €

CONDIVIDI DETTAGLI

#### IL TUO COMMENTO

Niente male come idea! Davvero innovativa.  
 Gestione propria dei turni, potrebbe essere redditizio!  
 Inserisci tu il messaggio

CONDIVIDI

f t G+ in

Publica su Facebook - Mozilla Firefox

https://www.facebook.com/v2.2/dialog/feed?app\_id=646463355520437&captio

Condividi su Facebook

Greta Lago

Commenta questo post...

Gestione propria dei turni, potrebbe essere redditizio!

LASCIARE A CHI LAVORA LA PIANIFICAZIONE DEI TURNI? PUÒ ESSERE UNA BUONA IDEA

Lasciare anche ai dipendenti la possibilità di pianificare i propri turni potrebbe essere davvero una buona strategia...

VOICR.IT

Tutti Annulla **Publica su Facebook**

Greta Home 20+ Trova amici

## Greta Lago

Visualizza Registro attività

Diario Informazioni Amici 39 Foto Altro

Mostra tutti

Annunziata Ghizzoni 2 amici in comune  
Isabella Bozzi 3 amici in comune  
Fabrizio Gallazzi 8 amici in comune  
Jacopo Zanella 9 amici in comune

Aggiungi agli... Aggiungi agli... Aggiungi agli... Aggiungi agli... Aggiungi agli...

Stato Foto/video Avvenimento importante

A cosa stai pensando?

Tutti **Publica**

Greta Lago ha condiviso una citazione.  
Adesso · VOICR ·

Gestione propria dei turni, potrebbe essere redditizio!

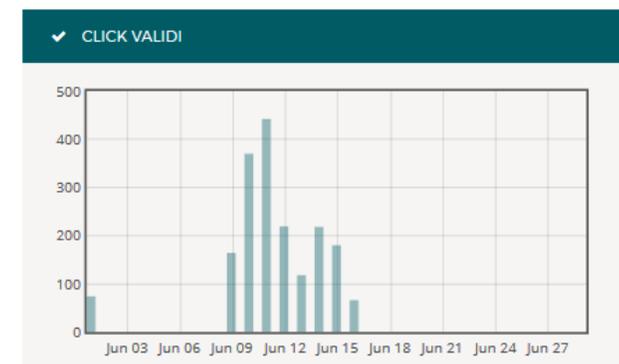
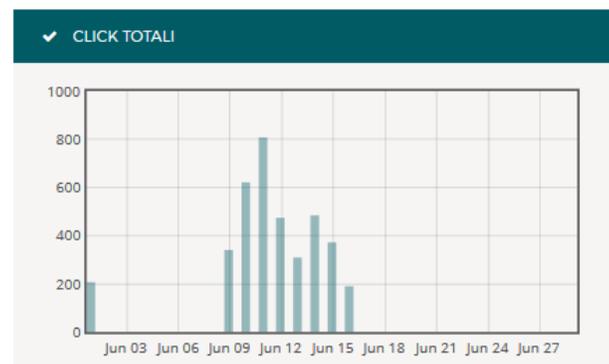
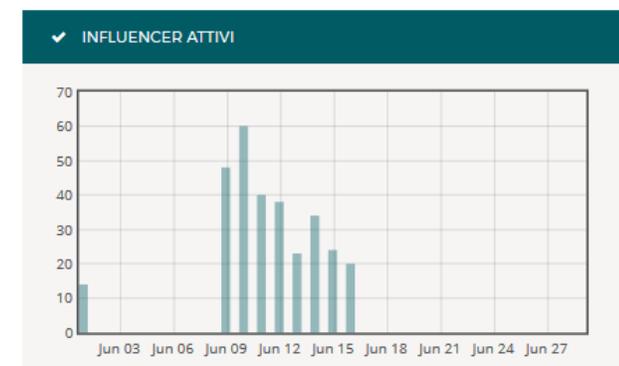
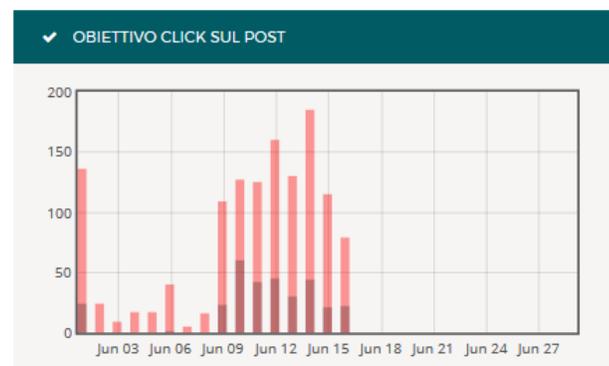
LASCIARE A CHI LAVORA LA PIANIFICAZIONE DEI TURNI? PUÒ ESSERE UNA BUONA IDEA

Lasciare anche ai dipendenti la possibilità di pianificare i propri turni potrebbe essere davvero una...

VOICR.IT

In breve

# Gli influencers sono **premiati** ad obiettivo. La piattaforma consuntiva in tempo reale i **risultati**



# VOICER

The logo for VOICER is displayed in large, white, sans-serif capital letters. The letter 'R' is stylized to include a white microphone icon with three blue curved lines representing sound waves emanating from it. The background of the entire image is a large, dimly lit conference hall with a stage at the far end. The stage is illuminated with purple and blue lights, and a large screen displays a speaker. The audience is seated in rows, filling the foreground and middle ground.

E' la soluzione premiata da Amazon  
al Web Marketing Festival 2017

Prima nella categoria «Marketing»

# I **risultati** sono frutto della convergenza delle singole componenti

