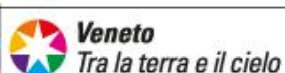


Comunicare e promuovere gli eventi attraverso il web marketing

sabato 29 ottobre 2016

Villa Patt Sedico BL – Via Villa Patt



www.veneto.eu



PRO LOCO





Maria Cristina Pizzato

- Web Marketing Specialist
- Consulente di Inbound Marketing

Aiuto aziende, associazioni e professionisti a migliorare la loro presenza online.

INTRODUZIONE AL WEB



Di cosa parleremo

- Strategie di comunicazione e marketing
- Il web marketing: obiettivi, target, strategie, risultati
- Social media marketing
- Eventi Veneti Pro Loco: nuova pagina Facebook
- Sito web Unpli Veneto

Fondamenti di Internet Marketing

DEFINIZIONE: il **web marketing** è la branca delle attività di marketing che **sfrutta il canale web per studiare il mercato e sviluppare i rapporti commerciali** (*promozione/pubblicità, comunicazione, distribuzione, vendita, assistenza alla clientela, etc.*), attirando utenti di internet interessati ai suoi prodotti/servizi.



www.veneto.eu



PRO LOCO



Fondamenti di Internet Marketing



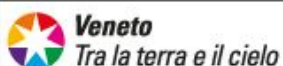
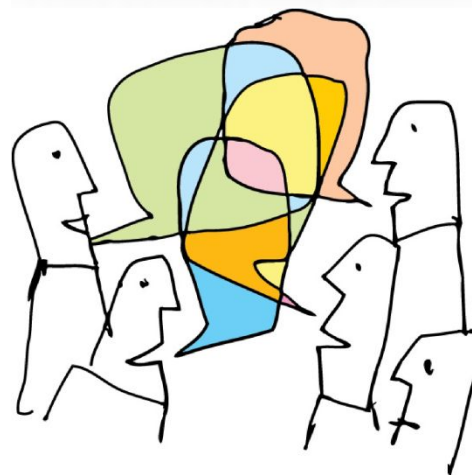
OBIETTIVO PRIMARIO: convertire, ovvero raggiungere l'obiettivo prefissato dal sito web tramite l'acquisizione di visitatori target provenienti da una o più attività del web marketing.

- **In sintesi:** ottenere la massima visibilità su internet in relazione al proprio target.

Fondamenti di Internet Marketing

In ambito web marketing possiamo distinguere:

- **Web marketing promozionale** - le tecniche **adv** classiche (banner, rich media, pop-up, pop-under, interstiziali, sponsorizzazioni);
- **Comunicazione online** – ottenere visibilità attraverso azioni non (direttamente) a pagamento (es. pubbliche relazioni, produzione di contenuti interessanti, informazioni utili, gestione di una community, meccanismi virali).



www.veneto.eu



Fondamenti di Internet Marketing

CONCETTI CHIAVE



www.veneto.eu



PRO LOCO



Fondamenti di Internet Marketing

- **TARGET:** identificazione di un **pubblico di riferimento** per la vostra offerta/comunicazione



www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Fondamenti di Internet Marketing

- **OBIETTIVO:** il **risultato** che si vuole ottenere con l'attività di web marketing

L'obiettivo deve essere:

- **Definito:** si devono evitare obiettivi troppo generici e non univoci;
- **Misurabile:** assicurarsi di avere gli strumenti per monitorare i propri risultati;
- **Raggiungibile:** evitare di porre alla base di strategie di comunicazione obiettivi irrealizzabili.



Fondamenti di Internet Marketing

- **CONVERSIONE:** il conversion rate (tasso di conversione) è la percentuale di visitatori che hanno effettuato l'operazione desiderata visitando il vostro sito/pagina.

L'**azione desiderata** può essere condurre alla vendita del prodotto/servizio o la lead generation (il contatto, l'iscrizione, la visita di una pagina chiave del sito, o altre azioni misurabili)



Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

web2.0



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

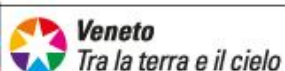
Il **Web 2.0** è un termine utilizzato per indicare uno stato dell'evoluzione del World Wide Web, rispetto a una condizione precedente.

Si indica come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono **uno spiccato livello di interazione** tra il sito web e l'utente, come i **blog**, i **forum**, le chat, i wiki, le piattaforme di **condivisione di media** (Flickr, Youtube, Instagram) i **social network** (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Foursquare, ecc.).



Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

In questa nuova ottica cambia anche il modo di comunicare, e quindi le strategie di marketing.



www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



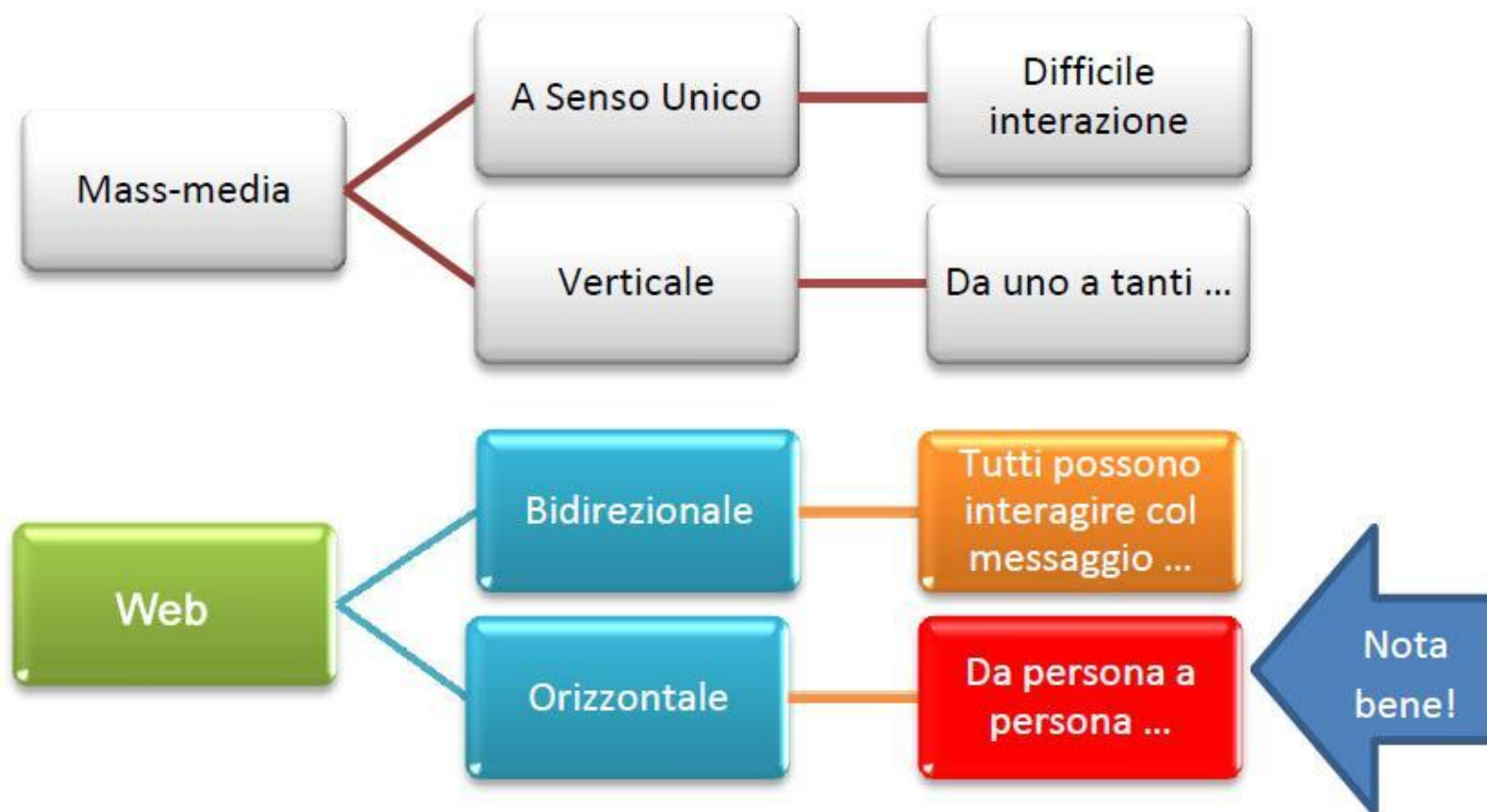
COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

La comunicazione:



Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

Tendenze verso il web 3.0:

- Dall'Interruption marketing al Permission marketing;
- Passaggio da una logica di marketing Product-oriented ad una Customer-oriented;
- L'impresa/Associazione/Professionista come fornitori di informazioni;
- L'interlocutore diventa elemento attivo del processo di marketing;
- La vendita non è l'obiettivo primario, ma la naturale conseguenza della relazione instaurata.



Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

Nuove logiche di comunicazione:



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA

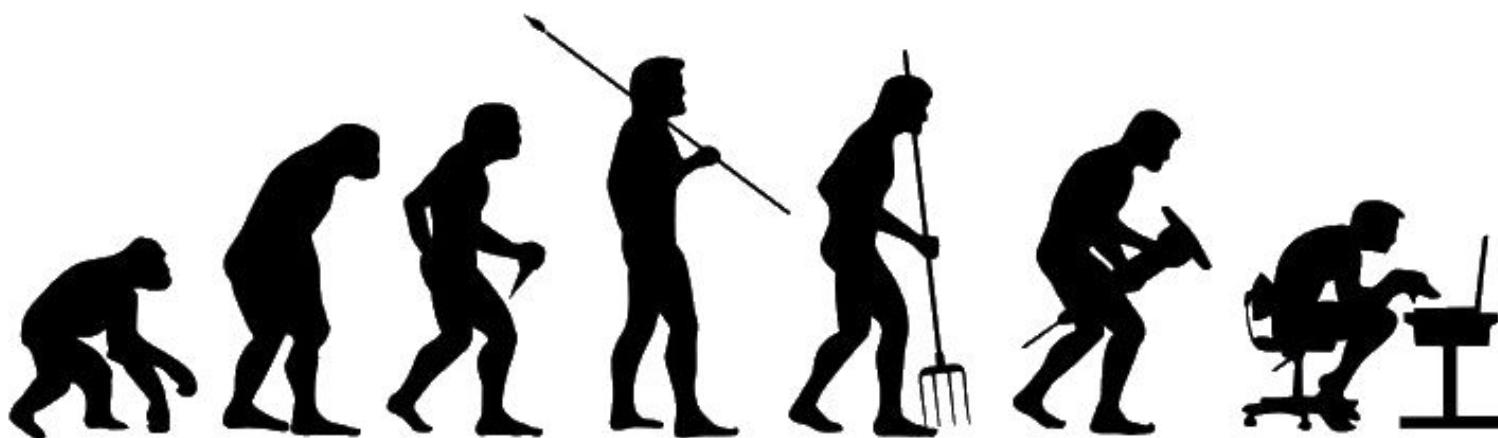


COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Le fasi del Web Marketing



www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



Le fasi si traducono in:

1. **Studio** del mercato/contesto (**fase analitica**)
2. **Pianificazione** di un progetto (**fase strategica**)
3. **Realizzazione** di un sito internet (**fase operativa**)
4. **Promozione** del sito (**fase monitoraggio**)



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

1. Il Piano di marketing in rete

Il piano di web marketing è il documento che definisce le vostre attività. E' la **descrizione del vostro progetto**.

In esso bisogna indicare con chiarezza:

- Obiettivi
- Target
- Tempi
- Strumenti
- Budget
- Rischi



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



3 domande preliminari a una strategia di Web Marketing



1. Qual è l'**obiettivo** che deve raggiungere il mio sito web/profilo social?
2. Qual è il **target** di visitatori che mi aspetto raggiunga il mio obiettivo?
3. Quali sono i **mezzi**, ovvero le attività di web marketing, più idonee ad identificare/raggiungere il mio target e raggiungere il mio obiettivo?



Attività di web marketing: Social Media Marketing

I **Social Media** sono tutti gli spazi nei quali le persone si incontrano online, si conoscono, si scambiano pareri, critiche ed opinioni ed hanno conversazioni su temi per loro rilevanti (Social Network, Blog, Forum).

Il **Social Media Marketing** è quella branca del marketing che si occupa di generare visibilità sui social media.

Racchiude una serie di pratiche che vanno dalla gestione dei rapporti online (PR 2.0) all'ottimizzazione delle pagine web fatta per i social media (SMO, Social Media Optimization), all'advertising sui social network (ad esempio Facebook Advertising e LinkedIn ADS).





Domande?



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Prima di iniziare qualsiasi strategia sui social media è fondamentale **definirne gli obiettivi**, capire qual è il problema di marketing/comunicazione/business che bisogna risolvere. I social media devono essere **parte integrante dell'attività aziendale**, per creare un sistema di relazione, ascolto, comprensione e innesco del passaparola.



Ecco alcuni esempi di obiettivi per un progetto di Social Media Marketing:

1. Alimentare il *traffico qualificato* proveniente dai canali social
2. incrementare le vendite ampliando la *visibilità*, grazie al passaparola sui social
3. migliorare immagine e reputazione dell'associazione grazie al numero di citazioni e menzioni positive sui social network
4. acquisire nuovi contatti qualificati
5. migliorare il livello di conoscenza dei nostri contatti analizzando le conversazioni online
6. ridurre i costi di volontari offrendo servizi di social customer care
7. aumentare la partecipazione ad un evento grazie a campagne di promozione sui social media

L'approccio POST

Per la definizione della tua strategia social tieni presente l'acronimo POST

P

come **persone**: analizza prima le persone, comprendi e segmenta il pubblico a cui intendi rivolgerti

O

come **obiettivi**: definisci poi i tuoi obiettivi, il 'cosa'

S

come **strategia**: stabilisci il percorso, l'approccio, il 'come'

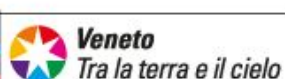
T

come **tecnologia**: solo alla fine scegli le piattaforme tecnologiche e costruisci il tuo ecosistema digitale

Content Marketing

Chiediti cosa vorrebbero leggere i tuoi
lettori, fan follower.

I contenuti sono la linfa vitale
generare engagement.



www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



Content Marketing

Il piano editoriale è un progetto vivo, in movimento, può essere modificato in base ai feedback e alle interazioni che si ricevono e, proprio per questo, segue la logica delle relazioni con i lettori.

Sarà quindi utilissimo per:

- pianificare i tuoi contenuti
- fissare idee e concetti
- programmare la comunicazione in modo chiaro
- focalizzare obiettivi realistici
- definire una strategia ben definita



Content Marketing

Piano editoriale: blog o social?



Diffondere i contenuti:

- sul blog
- sui social



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO

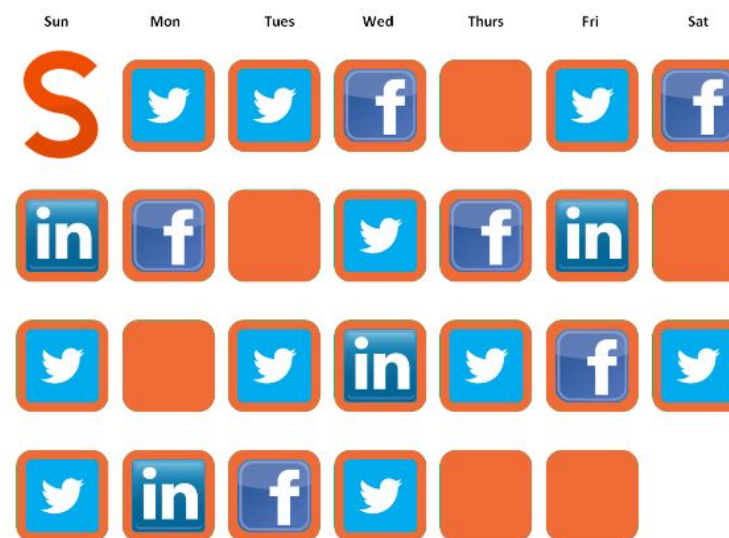


Content Marketing

Piano editoriale: più social, più azioni?

Ogni social merita attenzioni diverse, si lavora su più **livelli**

- Tempistiche e cadenze
- Linguaggio
- Immagini/foto



Ogni canale social...



Content Marketing

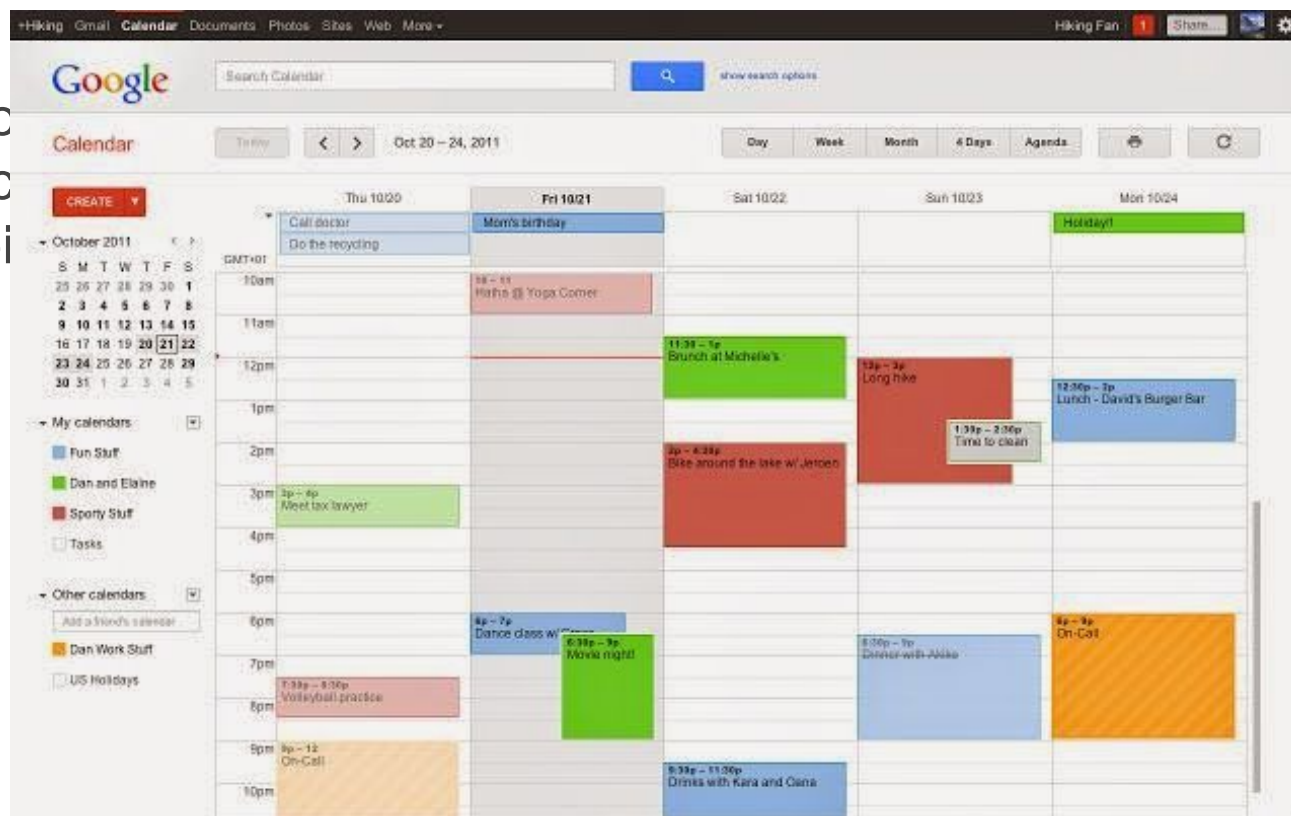
La **parte operativa del piano editoriale** si realizza tramite l'impostazione di un **calendario editoriale**.

E' possibile utilizzare un foglio excel oppure, come faccio io, un foglio di calcolo di **Google Drive**, che tra i tanti vantaggi, ha anche quello di essere **naturalmente condivisibile con eventuali collaboratori**.

Content Marketing

La parte operativa del piano editoriale si realizza tramite l'impostazione di un calendario editoriale.

E' possibile utilizzare un foglio di calcolo di **Google Drive**, o naturalmente condivisibile.



Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

Da cosa partono le attività di Digital PR

Il primo passo è l'**ascolto**.



Quindi la parola d'ordine è **monitorare**.

Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

I 4 step per costruire una seeding strategy

- **dove** (qual è il target della campagna, quali fonti da considerare, aree tematiche)
- **come** intervenire (conversation seeding, product test, eventi, ecc.)
- **cosa**: content strategy: i contenuti da proporre
- **risultati**: misurarli

Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy



Dove

Il processo di identificazione delle aree di intervento è detta **audit** e vede la mappatura dei **seeding channels** da coinvolgere.

Il database in questa fase iniziale costituisce un elemento importante e che può essere costituito anche da un foglio di Excel dove si registrano e catalogano tutte le **informazioni** sul singolo sito/community/blog/account con cui si è innescata una relazione o che si è contattato.

Il database è fondamentale perché permette di **tracciare la relazione** che abbiamo avuto con questa persona e avere così uno storico.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PROLOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

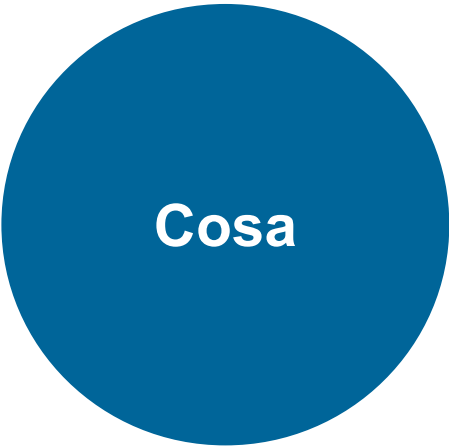
Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

Come

Ecco alcuni esempi con cui è possibile coinvolgere i blogger:

- give-away
- blog sponsored post
- product test
- blogger day
- blog trip

Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy



Cosa

Questo step è la fase della **content strategy** vera e propria.

Il contenuto da proporre, da inseminare in rete, deve essere interessante e identificare i messaggi chiave che rendono il racconto interessante per il nostro interlocutore.

Deve far scattare qualcosa, toccare le corde vibranti e le tensioni scoperte per **innescare il buzz, il passaparola**.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

Misurare

In generale e brevemente ecco in base a cosa **misurare** la bontà dell'attività di digital PR:

- numero di post e articoli che hanno parlato del nostro brand
- numero di citazioni del brand
- numero di condivisioni, commenti, like di un post
- dati di traffico/visite ai post
- tipologia di blog, siti community e utenti coinvolti
- reach della campagna, quante persone siamo riusciti a raggiungere
- click ai nostri spazi
- modifiche alla serp di google
- visualizzazione di materiale multimediale

Ma perchè abbiamo parlato di tutto questo?



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PROLOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Social Media Marketing...iniziamo

L'opportunità strategica che si cela dietro ai social network per le associazioni è quella di **ripensare da zero** la propria presenza online e l'uso che viene fatto della rete.

Il primo passo è quello di mettere ordine in casa propria e portare alla luce le preziose informazioni che giacciono impolverate dentro alle associazioni.



Quali strumenti attivare per farlo?



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Social Media Strategy: Facebook

Facebook è lo strumento d'elezione della maggior parte delle associazioni che 'sbarcano' sui Social Media.

Non va dimenticato che siamo in un contesto di **social networking**, dove vale quanto detto sopra in termini di **strategia, netiquette ed interazioni.**

*Facebook in una riga:
un'ottima piattaforma di marketing, da impostare in un'ottica di social networking.*



Social Media Strategy: Twitter

Twitter è un ottimo strumento di distribuzione notizie e veloci punti di vista o scambi di opinione.

*Twitter in una riga: per le associazioni
'optioneted'*



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Social Media Strategy: LinkedIn

LinkedIn è un **business social network**, e la gente ci sta per tre motivi:

- trovare o cambiare lavoro
- fare new business
- discutere di temi professionali



Linkedin in una riga: per creare una business community

Social Media Strategy: Instagram

Instagram è nato nel 2010 come semplice app, da quando nel 2012 è stato acquistato da Facebook, **la condivisione di foto è diventato un modo incredibilmente potente**, per le associazioni e per i brand, di **coinvolgere clienti e generare contatti utili**.

*Instagram in una riga: scatta,
elabora, condividi*



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO

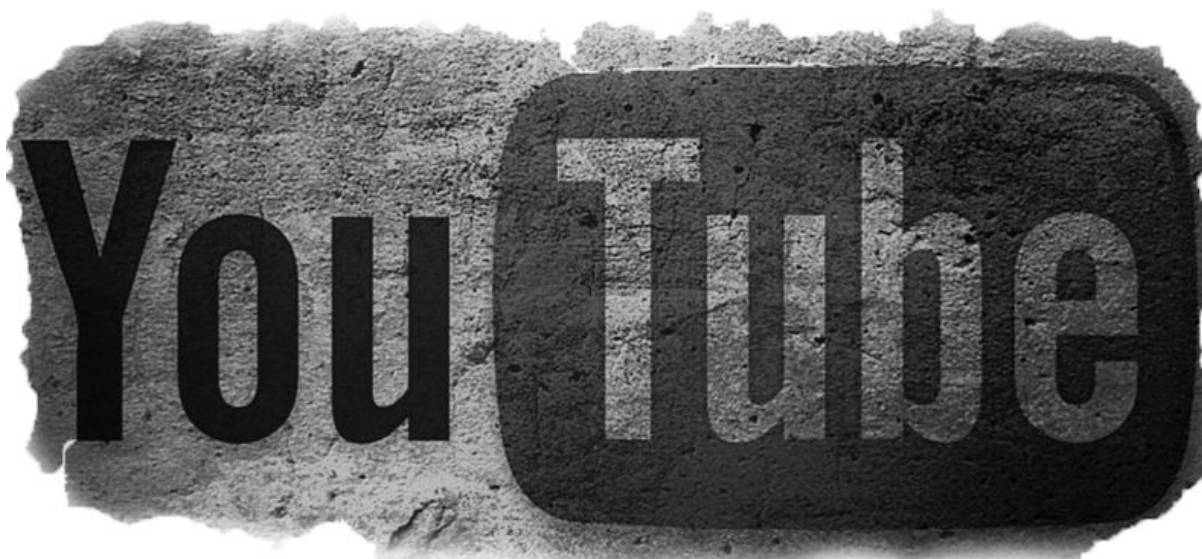


COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



Social Media Strategy: YouTube

Con **YouTube** potete immaginare di avere la vostra TV, oneri e onori.



YouTube in una riga: e se fosse la vostra Internet TV?



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

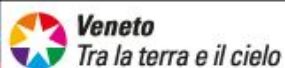
Social Media Strategy

Una volta definiti gli elementi di base, sono **3 i parametri** su cui impostare la nostra strategia:

Socialità

Schiettezza

Trasparenza



www.veneto.eu



PRO LOCO



Il network dentro l'associazione

Ora che abbiamo definito cos'è e come funziona un social network, proviamo a pensare alla nostra stessa associazione come ad un social network.



www.veneto.eu



PRO LOCO

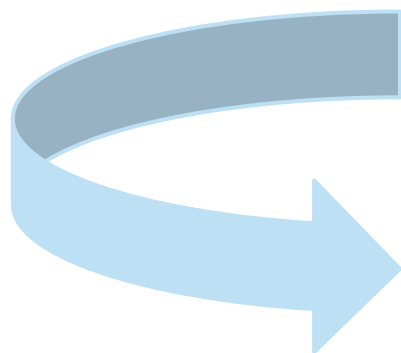


Prima di iniziare:

Comunicare la
strategia sui
social network
all'interno
dell'associazione,
raggiungendo più
persone possibili.

Definite alcune
regole di
comportamento

**Social
Media Day**



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



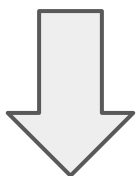
PRO LOCO



Il network dentro l'associazione: le policies

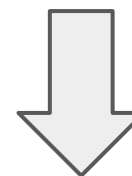
Una buona regola prima di partire sarà quella di definire:

Social media
policy **interna**



per regolare il rapporto
tra gli operatori/gestori e i
social media aziendali

Socia media
policy **esterna**



per definire le modalità
operative
dell'associazione sui
social network

La social media policy interna

E' un documento molto importante, che dovrà fare questo:

Informare
l'associazione delle
attività intraprese sui
social

Disciplinare tali attività
e l'interazione che i
dipendenti/associati
terranno con esse

Sensibilizzare i
dipendenti/associati
sull'uso personale dei
social media

Definire alcune regole
sull'uso personale di
blog e social network

Costruzione di una identità digitale

La presenza di un'associazione sui social media può rappresentare la prima o la primaria fonte di relazione con il suo pubblico.

Ne consegue che quella che state progettando è in qualche misura l'**identità** della vostra associazione sul web.

L'identità digitale presenta due punti critici da considerare con attenzione

Coordinamento con la corporate identity o le brand guideline.

Adeguamento alla specificità del mezzo

Roadmap per una social media strategy

Ricapitoliamo....



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Rivediamo velocemente gli elementi costitutivi di una social media strategy:

- La community del vostro brand vivrà al 90% su **property non vostre**.
- Avviate un **monitoraggio preliminare** ampio e strutturato prima di delineare la strategia.
- Inserite l'**ascolto strutturato in real time** come primo elemento della strategia.
- Scegliete il **tipo di strategia**: presidio, promozione, progetto o solo ascolto?

- Scegliere in base alla strategia quali spazi presidiare.
- Programmare la crescita della vostra presenza (organica, promozionale, media)
- Definire uno stile di relazione.
- Condividere la strategia internamente e cercare di coinvolgere più persone possibili.
- Definire una policy interna e una esterna.

E' tutta una questione di contenuti!



Grazie ai social media **ciascun individuo** connesso alla rete è oggi in grado di produrre contenuti che possono essere veicolati a livello globale.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



E' tutta una questione di contenuti!

Con una **buona strategia** e dei **buoni contenuti**, anche la più piccola realtà commerciale/associazione può ottenere risultati impensabili prima dell'affermarsi dei social media.

Il rovescio della medaglia....



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA

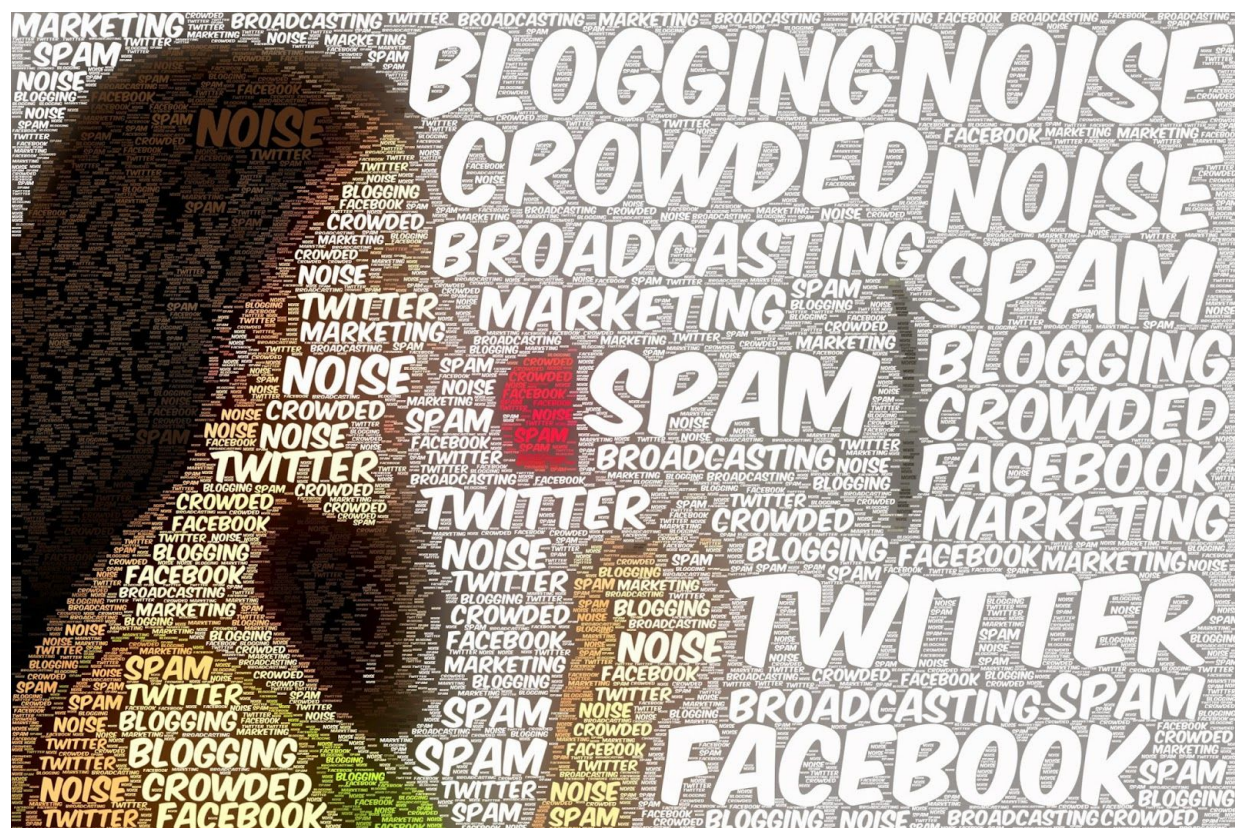


COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

E' tutta una questione di contenuti!

Un **sovraccarico di contenuti** come non era mai avvenuto prima nella storia.

Contenuti infinito e un 'rumore' infernale all'interno del quale è sempre più difficile far sentire la propria voce in modo chiaro e distintivo.



Quindi, dobbiamo considerare alcuni punti di base:

- 1 I social media sono canali in cui si possono acquistare spazi di visibilità, ma tale strategia, da sola, risulta poco efficace.
- 2 All'interno dei social media tutti hanno diritto di parola e partono, teoricamente, da **condizioni paritarie**.
- 3 Avendo la possibilità di farlo, tutti cercano di ottenere attenzione e qualche istante di celebrità.

Quindi, dobbiamo considerare alcuni punti di base:

4

Il flusso incessante di contenuti rende molto difficile che i prodotti di un'azienda, o le proposte di un'associazione possano emergere e diventare visibili al target.

5

Nelle reti sociali le persone non vogliono sentir parlare di prodotti e servizi

6

Le persone utilizzano i social media non solo per relazionarsi con gli altri ma anche per informarsi, divertirsi, imparare, trovare strumenti utili.

Parliamo di Content Marketing

Ciascuno di questi punti sintetizza un tratto di fondo del nuovo paradigma comunicativo e sottolinea l'assoluta **centralità dei contenuti** come fattore di successo per qualsiasi attività di marketing e comunicazione al tempo dei Social media.



www.veneto.eu



PRO LOCO



Content Marketing: cos'è

Quando parliamo di contenuti...

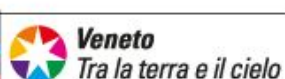
- blog
- news
- video
- articoli
- giochi
- whitepaper
- app
- ...



I problemi più comuni riscontrati nella produzione di contenuti:

- Non sapere di che **cosa parlare**
- Non avere **il tempo** per fare contenuti
- Non capire **come promuoverli**
- Non sapere come **misurare i risultati**

Ma cosa significa quindi
fare marketing
puntando sui contenuti?



www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

L'associazione editrice di se stessa

Significa prima di tutto ridefinire i destinatari come pubblico, non più come target.

Quindi...

1. Per avere una minima possibilità di emergere in un mondo **ipersaturo di contenuti**, quelli che andremo a produrre dovranno essere interessanti per il nostro pubblico e dovranno:

informare

educare

intrattenere

servire

Qualità! Qualità! E, ancora, qualità!

Per realizzare **contenuti di qualità** servono **competenze** diverse e, prima ancora di cominciare, dobbiamo chiederci se abbiamo le risorse per poterlo fare 'al meglio'.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Funzioni informative

- **News** settoriali o specialistiche
- **Anticipazioni** di futuri eventi
- **Contenuti narrativi** che ricostruiscono la storia dell'associazione, ne evidenziano i valori, la mission ecc
- **Resoconti** di eventi e manifestazioni
- **Anteprime** esclusive su quanto bolle in pentola all'interno dell'associazione a livello proposte, eventi e iniziative.
- **Esperienze vissute** da parte del personale o dei clienti. Le prime potranno mostrare le persone che stanno dietro l'associazione. Le seconde serviranno a socializzare.

Contenuti e tipologie di bisogno a cui possono rispondere

Funzioni educative - formative

- **Tutorial** per l'utilizzo di prodotti/servizi o di interesse per gli utenti.
- **Risposte e domande** stile Q&A
- **Domande** su temi di sicuro interesse in cui si chiedono indicazioni pratiche, suggerimenti che possono essere condivisi
- **Best practice**
- **Guide** su temi connessi con l'universo di riferimento del brand
- **Elenchi** commentati di strumenti utili (app, tool, ecc)
- **How to** finalizzati alla formazione
- **Case study**



Funzioni ludico-ricreative

- **Storie, contenuti divertenti, aneddoti** magari focalizzati su temi caldi o luoghi comuni.
- **Notizie originali** curiose, bizzarre, intriganti, non necessariamente utili. Lo scopo è intrattenere e divertire, evitando tutto quello che è distonico o inadeguato ai valori dell'associazione.
- **Aggregazione** ragionata e commentata di contenuti originali o curiosi prodotti da altri.
- **Massime, proverbi e citazioni** di autori e personaggi celebri. Piuttosto inflazionata, quindi deve essere contestualizzata alle tematiche importanti per l'associazione.



Funzioni di stimolo all'interazione

- **Richieste dirette** sotto forma di sondaggi a risposte multiple o domande aperte
- **Contest e concorsi** che stimolino gli utenti ad inviare all'associazione i propri contenuti e condividerli con gli altri.
- **Dibattiti** su tematiche vicine all'associazione e soggette a punti di vista contrastanti. In questo caso l'associazione può attivare la discussione, magari proponendo il parere di esperti che sostengano visioni diverse.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Content Curation

Non possiamo immaginare di usare solo contenuti originali prodotti da noi.

La rete è piena di contenuti di valore, alcuni dei quali possono essere perfettamente adatti alle nostre esigenze.



Non c'è niente di male nell'utilizzare contenuti prodotti da altri: l'importante è farlo nel modo corretto, rispettando le logiche della **content curation**.

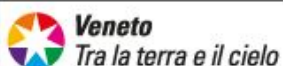


Le fasi su cui si articola sono:

- La ricerca di contenuti nei vari ambienti della rete
- La selezione di quelli più adatti ai nostri scopi editoriali
- La loro organizzazione per temi, livelli di approfondimento, formati e pubblico di riferimento
- L'ottimizzazione editoriale necessaria a trasformarli da contenuti altrui in nostri contenuti.

Facebook

“Una pagina Facebook va curata,
seguita e nutrita con i giusti contenuti.”



www.veneto.eu



PRO LOCO



Le istruzioni per realizzarla al meglio:

- assicurarsi dell'**affidabilità delle fonti** da cui ricaviamo le notizie
- **citarle sempre** in modo dettagliato e corretto, inserendo le indicazioni necessarie per risalire alla fonte
- non utilizzare mai contenuti altrui senza intervenire con commenti, precisazioni o approfondimenti che facciano emergere la voce del nostro brand e il nostro punto di vista
- evitare di utilizzare le fonti più note che il nostro pubblico probabilmente già conosce, cercando piuttosto **riferimenti originali e nuovi**
- porre attenzione all'**attualità dei contenuti**, in modo da mostrare la capacità di intuire le tendenze.

Facebook

“I social network sono strumenti per le persone, a volte anche per i brand”

L'origine del social network non prevedeva spazi o presenze ufficiali per le aziende. Nei primi anni della sua crescita le aziende si sono mosse dentro a Facebook con i profili, anche se risultava chiara la loro inadeguatezza.

Per le associazioni lo spazio a disposizione è la **Pagina**

visita la nostra pagina

facebook®

Facebook: fanpage perché

Perché aprire una fanpage su Facebook?

- Permette la diffusione di content di diverso genere (testi, immagini, video, link ...)
- E' la piattaforma ideale per una interazione semplice e real time con i clienti
- La semplicità e l'usabilità della piattaforma Fb hanno fatto sì che l'utente medio, on line, ricerchi preferenzialmente le brand page di interesse e, solo successivamente, i siti web.
- Potenziare le vendite, aumentando il potere del passaparola

Facebook: fanpage per chi

Per chi aprire una fanpage su Facebook?

Le persone sui social network sono abituate ad interagire con altre persone e a rivolgersi a loro direttamente.

Quindi...le persone che incontrano un brand su Facebook penseranno di poter rivolgere qualunque tipo di domanda. E **si aspetteranno risposte** proprio come se le aspettano dalle persone.

Se ci siete, ci dovete essere fino in fondo.

Facebook: tipologia fanpage

Possiamo prevedere tre macrocategorie di presenza:

1. **l'evento o la serie di eventi:** si tratta di pagine centrate fortemente sul singolo evento. Solitamente generano community di appassionati che vogliono discutere di tutto relativamente all'evento.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Possia

1. l'ev
eventi:
centrat
evento
Venezi
Solitam
commu
voglion
relativa

BellunoLaNotte.com

@bellunolanotte

Home

Informazioni

Foto

Instagram feed

Eventi

Video

Persone a cui piace

Tour Dates

Post

Note

Crea una Pagina

Mi piace Invia messaggio Salva Altro

Contattaci

Sito Web

Piace a 11.539 persone
Flavius Florin Harabor

Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

INFORMAZIONI

http://www.bellunolanotte.com/
http://www.bellunolanotte.com/

APPLICAZIONI

We're on Instagram
Instagram feed

BellunoLaNotte.com ha aggiunto un evento.
3 ottobre alle ore 13:02

LA NOTTE DI SAN MARTINO

11 NOVEMBRE DUEMILASEDICI
Centro storico di Belluno

NOV 11
BellunoLaNotte di San Martino
Ven 19:00 - Belluno
Interessa a 443 persone - 68 persone partecip...

Mi interessa

Mi piace Commenta Condividi Hootlet



Facebook: tipologia fanpage

2. Il brand: per quelle associazioni in cui il brand non coincide con l'associazione stessa (Visit Veneto) e che producono molti marchi. Ci si aspetta quindi una conversazione ampia e strutturata che va dagli eventi, alle varie associazioni.



Veneto
Tra la terra e il cielo

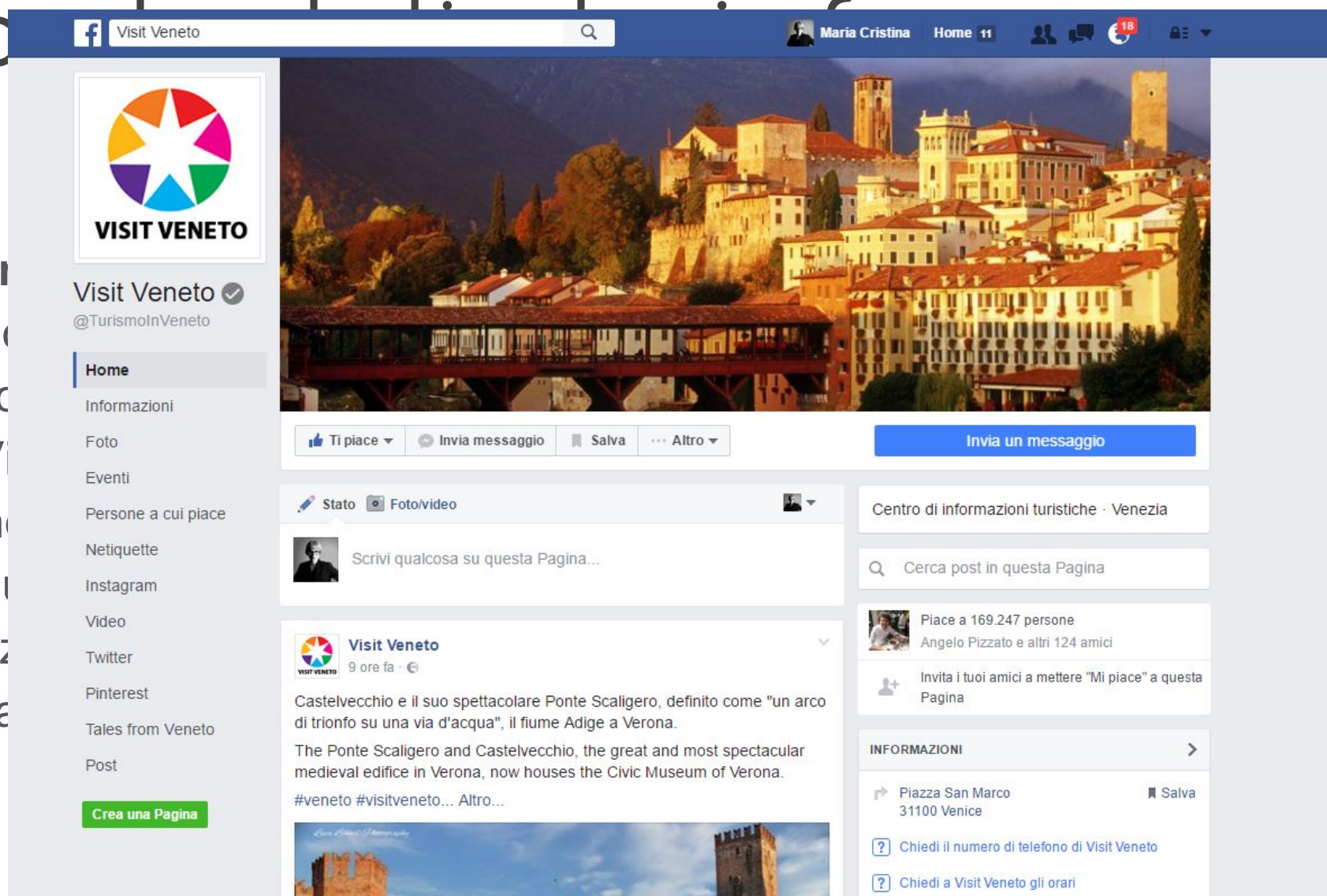
www.veneto.eu



PRO LOCO



2. Il brand
associazioni
coincide con
stessa (V
producono
aspetta qu
conversaz
strutturata
alle varie



The screenshot shows the Facebook profile of 'Visit Veneto' (@TurismoInVeneto). The profile picture is a colorful star logo with the text 'VISIT VENETO' below it. The cover photo is a scenic view of a historic town with a bridge over a river. The page has a blue header with the Facebook logo and search bar. The left sidebar contains navigation links: Home, Informazioni, Foto, Eventi, Persone a cui piace, Netiquette, Instagram, Video, Twitter, Pinterest, Tales from Veneto, and Post. A green button 'Crea una Pagina' is at the bottom of the sidebar. The main content area shows a post from 'Visit Veneto' about Castelvechio and the Ponte Scaligero. The right sidebar contains a search bar, a section for 'Centro di informazioni turistiche - Venezia', and an 'INFORMAZIONI' section with links to the Piazza San Marco and contact information.

Facebook: tipologia fanpage

3. L'associazione: dove ad essere rappresentata sui social network è la corporation vera e propria nella sua interezza.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



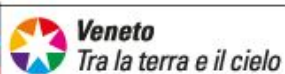
3. L'azione rappresenta è la corporazione nella sua



The screenshot shows the Facebook profile of 'Unpli' (@UnioneProLoco). The page header includes the Facebook search bar with 'Unpli' entered, the user 'Maria Cristina', and navigation links for 'Home', 'Friends', 'Groups', 'Pages', 'Marketplace', and 'More'. The profile picture is the UNPLI logo, and the cover photo is a collage of four images: a group of people holding blue flags, a scenic view of a town, a person pointing at a lake, and a night festival scene. The page description states: 'Associazione Accreditata presso il Comitato Intergovernativo UNESCO per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale'. The left sidebar lists navigation options: Home, Informazioni, Foto, Persone a cui piace, Video, Post, and a 'Crea una Pagina' button. The main content area features a post from September 30, 2016, titled 'BANDO BENETAZZO: LA CREATIVITA' DEI GIOVANI PER RACCONTARE LE PRO LOCO'. The post text describes a competition for young people to win a 3,000 euro contribution by submitting a project before December 31, 2016. Below the text is a collage of four images showing various cultural events. The right sidebar shows that the page is liked by 10,479 people, lists 'Maria Pia Farronato e altri 5 amici', and provides contact information: a phone number (06.9949615) and a website (http://www.unpli.info/).

Facebook Fanpage: UNPLI Veneto

Il comitato: dove ad essere rappresentata sui social network è la corporation vera e propria nella sua interezza.



www.veneto.eu

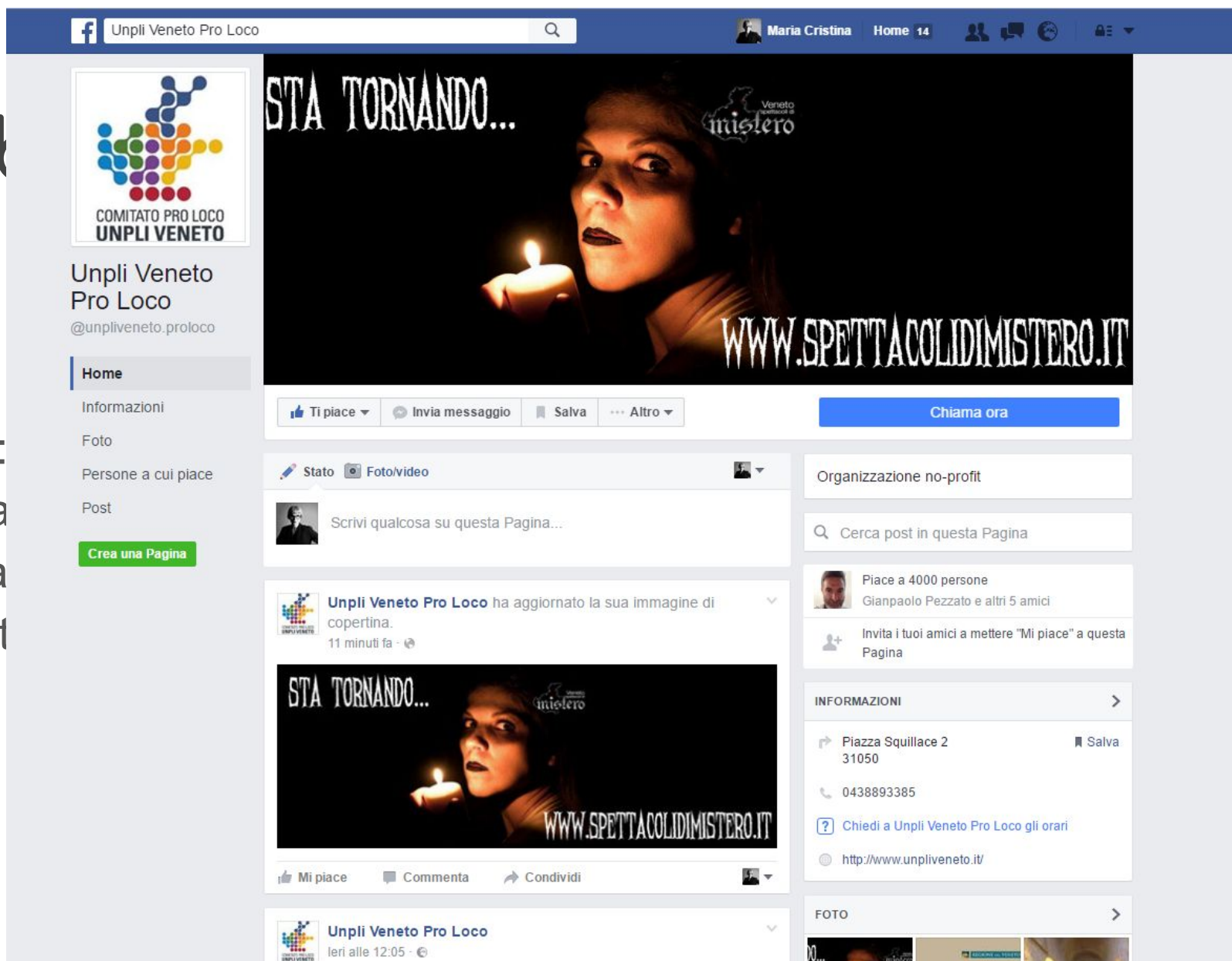


PRO LOCO



Facebook

Il comitato:
rappresenta
è la corpora
nella sua inf



The screenshot shows the Facebook profile of 'Unpli Veneto Pro Loco'. The cover photo features a woman holding a lit candle with the text 'STA TORNANDO...' and 'WWW.SPETTACOLIDIMISTERO.IT'. The profile picture is the same logo as in the top left. The page is set to 'Home' and shows a post from 11 minutes ago where the cover image was updated. The right sidebar includes information about the organization, location (Piazza Squillace 2, 31050), phone number (0438893385), and a link to the website (http://www.unpliveneto.it/).



Veneto
Tra la terra e il cielo
www.veneto.eu



PRO LOCO



Facebook Fanpage: Eventi Veneti

La nuova pagina facebook **Eventi Veneti** è dedicata interamente agli eventi Pro Loco del Veneto.

La pagina è stata creato con lo scopo di offrire una panoramica sul nostro mondo e sulle nostre attività delle Pro Loco.



www.veneto.eu



PRO LOCO



Fo

La nu
è ded
Loco
La pa
offrire
e sulle



The screenshot shows the Facebook profile of 'Eventi Veneti' (@eventiveneti). The cover photo features the text 'Eventi di PRO LOCO Veneti' over a colorful abstract background. The profile picture is the same logo seen in the top left. The left sidebar lists navigation options: Home, Informazioni, Foto, Recensioni, Persone a cui piace, and Post, with a 'Crea una Pagina' button at the bottom. The main content area shows a post from 'Eventi Veneti' dated 1 hour ago, announcing a hike on October 16th in Sossano (VI). The post includes a photo of a group of people hiking. The right sidebar displays the organization's rating (5.0 stars), a search bar for posts, and information about likes (387) and reviews (1).



Facebook Fanpage: Eventi Veneti

Come segnalare il proprio evento

Saranno pubblicati gli eventi che all'interno del programma inseriranno i loghi istituzionali del Comitato Provinciale e Comitato Regionale

1. compilare il form proposto al seguente link
2. inviare il programma dell'evento con due foto rappresentative all'indirizzo unpliveneto@gmail.com
3. l'evento verrà pubblicato e sarà visibile a migliaia di potenziali utenti

Face

Come s

Saranno pul
loghi istituz



Veneti

na inseriranno i
Regionale

EVENTI VENETI - Promuovi il Tuo Evento!

Segui la Pagina Facebook Eventi Veneti goo.gl/dVzxGI

1. compila
2. inviare
all'indiriz
3. l'evento

*Campo obbligatorio

SOGGETTO ORGANIZZATORE *

COMUNE IN CUI SI SVOLGE L'EVENTO *

PROVINCIA *

appresentative

enziali utenti



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Facebook: apriamo una Pagina



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Va posta grande attenzione alla scelta del nome considerando che:

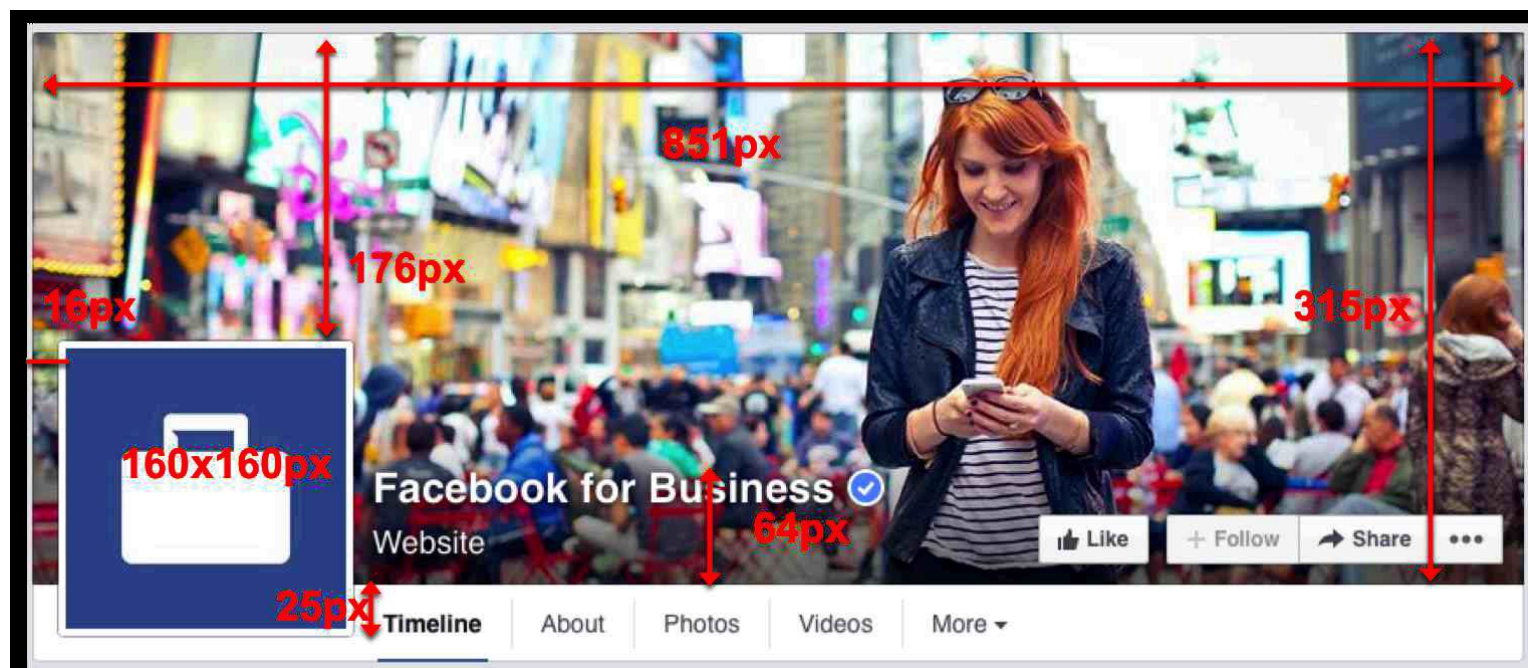
Il nome che
scegliete è la vostra
identità su
Facebook

Il nome
dell'associazione si
scrive con la sola
iniziale in maiuscolo

Attenzione: la pagina Facebook rappresenta uno spazio *'tutto tuo'* da arredare, vivere ed animare per creare relazione con i tuoi fan. Ma c'è un rovescio della medaglia.

Facebook infatti **ti concede l'uso** di questo spazio secondo le **sue regole** e si riserva di cambiarle come e quando vuole, senza darti nessun preavviso.

“Un’immagine vale più di mille parole...”



“Un’immagine vale più di mille parole...”

L’immagine del profilo è quella che rappresenta l’identità della tua pagina nei post, nei commenti, nei messaggi e, in generale, nei newsfeed delle persone.

L’immagine di copertina, rappresenta appunto la ‘copertina di un diario’, la prima cosa che vedono le persone atterrando sulla nostra pagina

A oggi ha un formato quadrato, viene caricata a 180X180 pixel e viene visualizzata a 160X160 pixel, mentre l’immagine di copertina ha un formato rettangolare e misura 851X315 pixel.

Caratteristiche importanti delle immagini:

- ottimizzate per le dimensioni offerte da Facebook
- devono essere di buona qualità, quindi non sgranate
- armonizzarsi tra di loro
- uniche e originali
- ottimizzate anche per il mobile

Cosa potrei inserire nell'immagine di copertina?

Il tuo **pay-off** correlato da un'immagine esplicativa, la tua ultima **promo**, l'**ultimo evento** realizzato, i tuoi **volontari** al lavoro...

Ogni quanto dovrei cambiare l'immagine di copertina?

Dipende. Alcuni brand la cambiano **stagionalmente**, altri in base alle **offerte, eventi, campagne**. Valuta la tua operatività e il materiale che hai a disposizione.

Facebook: impostazione della Pagina

Purtroppo la sezione *impostazioni* viene spesso trascurata, invece è molto importante

Generali: settare le
caratteristiche della tua
pagina.
Limitazioni, parole chiave...



Unpli Veneto Pro Loco

@unpliveneto.proloco

Home

Informazioni

Foto

Persone a cui piace

Post

Crea una Pagina



Ti piace Invia messaggio Salva Altro

Chiama ora

Stato Foto/video



Scrivi qualcosa su questa Pagina...



Unpli Veneto Pro Loco ha aggiunto 2 nuove foto.

17 ottobre alle ore 20:23 ·

Partono questa sera con Treviso i corsi di formazione organizzati da #Unpli Veneto che si svolgeranno entro ottobre, uno per ogni Provincia così da favorire la partecipazione di tutte le #ProLoco! Per tutte le info sui prossimi appuntamenti <http://www.unpliveneto.it/.../al-via-i-corsi-di-formazione-p.../>



Organizzazione no-profit

Cerca post in questa Pagina



Piace a 4002 persone

Andrea Schiavo e altri 5 amici



Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

INFORMAZIONI

Piazza Squillace 2
31050

0438893385

Chiedi a Unpli Veneto Pro Loco gli orari

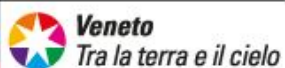
<http://www.unpliveneto.it/>

FOTO



Facebook: impostazione della Pagina

Informazioni:
dovranno essere
inserite le giuste
informazioni per
far conoscere al
meglio la tua
attività



www.veneto.eu



PRO LOCO





Maria Cristina
Pizzato

@consulenzainboundmark
eting

Home

Informazioni

Servizi

Recensioni

Iscriviti alla mia
newsletter!

Persone a cui piace

Foto

Video

Note

Post

Vetrina

Eventi

Gestisci tab

Promuovi



Ti piace

Invia messaggio

Altro

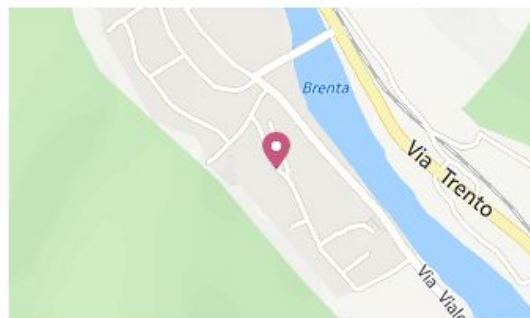
Contattaci

Informazioni su Maria Cristina Pizzato

Modifica informazioni della Pagina

Panoramica

Informazioni sulla Pagina



Via Monte Ortigar...
36020 Campolongo

346 479 4787

Aggiungi fascia di prezzo

Di solito risponde entro un
giorno

Invia un messaggio subito

http://mariacristinapizzato.it/

Vorresti approcciare il mondo del web ma non sai da che parte
iniziare? Posso darti qualche consiglio. La prima chiaccherata
la faremo in amicizia!



Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu

COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO

COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA

COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO

COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO

COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA

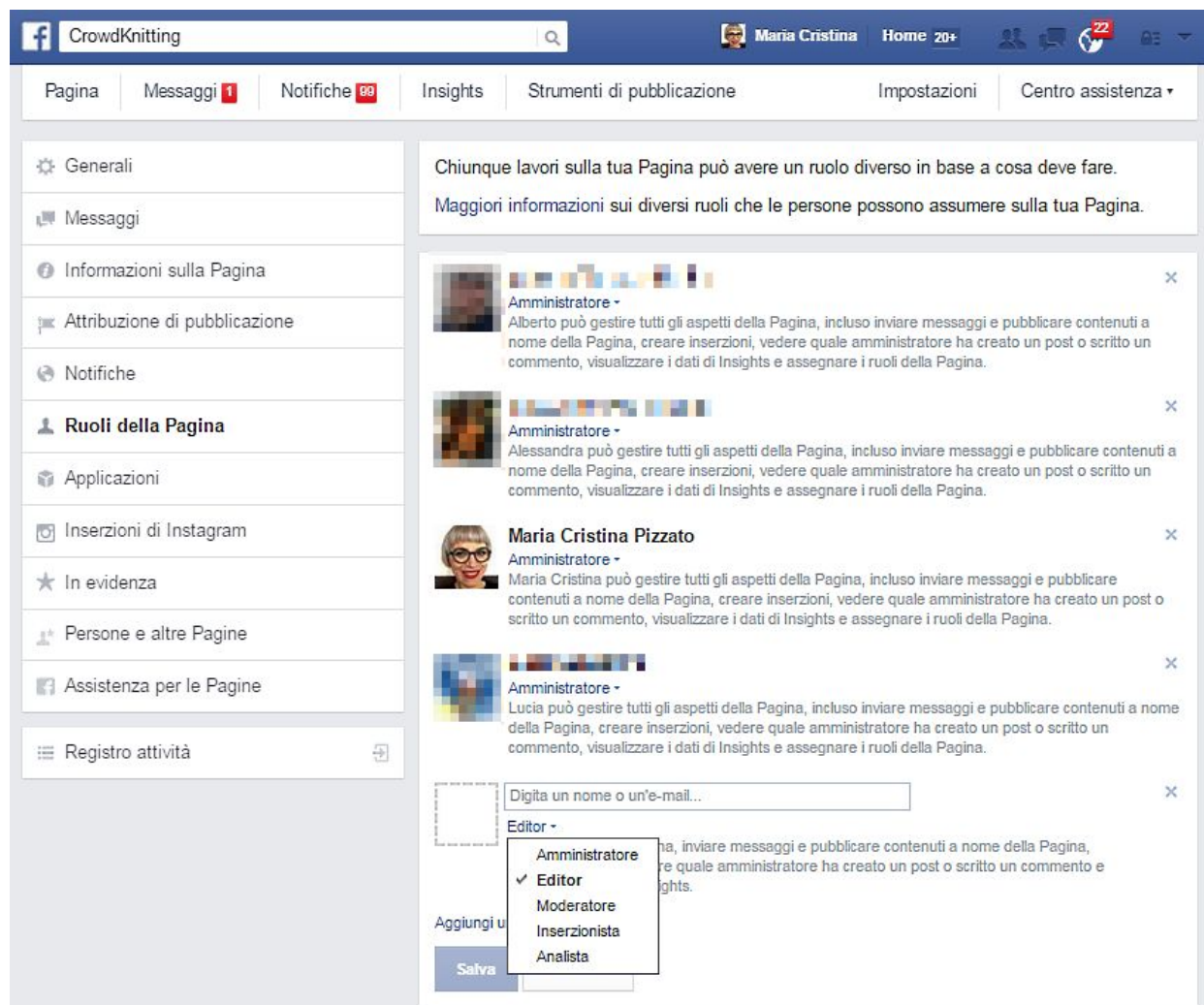
COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA

COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Ruoli della pagina:
sono ruoli che puoi
attribuire alle
persone che
gestiscono lo
spazio



Chiunque lavori sulla tua Pagina può avere un ruolo diverso in base a cosa deve fare.
Maggiori informazioni sui diversi ruoli che le persone possono assumere sulla tua Pagina.

Nome	Ruolo	Descrizione
Amministratore	Amministratore	Alberto può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina.
Amministratore	Amministratore	Alessandra può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina.
Maria Cristina Pizzato	Amministratore	Maria Cristina può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina.
Amministratore	Amministratore	Lucia può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina.

Aggiungi un nuovo ruolo

Editor

- Amministratore
- ✓ Editor
- Moderatore
- Inserzionista
- Analista

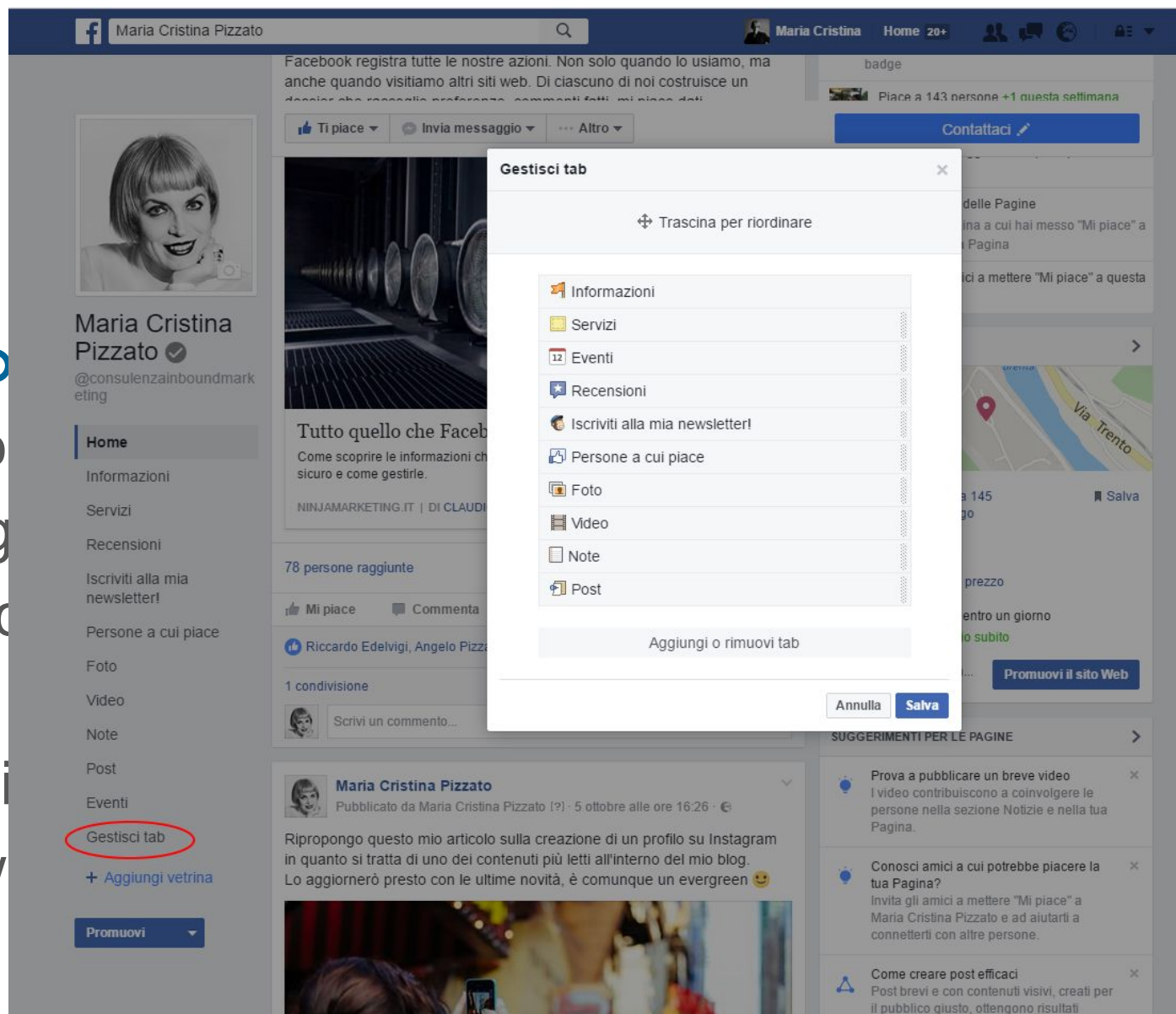
Salva

Facebook Custom Tab

Le **custom tab** sono degli spazi che permettono di espandere le funzionalità della pagina Facebook.

Si tratta di **sezioni personalizzabili** che possono ospitare una varietà di contenuti, proprio come fossero pagine di un sito web.

Le **custo**
permetto
della pag
Si tratta c
possono
contenuti
un sito w



The screenshot shows the Facebook profile of Maria Cristina Pizzato. The profile picture is a black and white photo of a woman. The cover photo shows a row of wine barrels. The profile name is 'Maria Cristina Pizzato' with a verified checkmark and the handle '@consulenzainboundmarketing'. The left sidebar shows navigation options: Home, Informazioni, Servizi, Recensioni, Iscriviti alla mia newsletter!, Persone a cui piace, Foto, Video, Note, Post, Eventi, **Gestisci tab** (highlighted with a red circle), and + Aggiungi vetrina. The main feed shows a post from Maria Cristina Pizzato dated 5 October at 16:26, which is a text post about creating an Instagram profile. A modal titled 'Gestisci tab' is open in the center, showing a list of tabs: Informazioni, Servizi, Eventi, Recensioni, Iscriviti alla mia newsletter!, Persone a cui piace, Foto, Video, Note, and Post. At the bottom of the modal are buttons for 'Annulla' and 'Salva'.

Facebook Custom Tab

Le **custom tab** rappresentano una grande opportunità di business se ben gestite.

Offrono informazioni
e risorse aggiuntive a
chi visita la nostra
pagina

Si possono fare
campagne di lead
generation
(inserendo risorse
gratuite)

Sono utili per
concorsi, applicazioni

Si possono fare
sondaggi, vendere
prodotti/servizi

Creano un ponte di
collegamento tra la
tua pagina e altri
social



Facebook Custom Tab

Come si creano le custom tab?

Se si hanno competenze di programmazione si può fare da se

<https://developers.facebook.com/docs/pages/tabs>

Oppure si utilizzano le App sviluppate da altri

<http://woobox.com/>

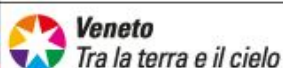
<http://www.agorapulse.com/>

<http://www.pagemodo.com/it>

L'algoritmo Edge Rank

Al momento di definire una strategia di marketing su Facebook, tra le considerazioni da fare, una delle più importanti riguarda i **meccanismi che regolano la visibilità dei contenuti** all'interno della piattaforma.

L'algoritmo che determina la visibilità su Facebook è costruito infatti su dinamiche non proprio banali: arrivare a comprenderle aiuta a **tarare meglio la strategia editoriale** in funzione dei propri obiettivi di social media marketing.



www.veneto.eu



PRO LOCO



L'algoritmo Edge Rank

Iniziamo con alcune percentuali, che introducono bene l'argomento:

<1%: percentuale di fan che visita abitualmente una pagina brand

17%: percentuale di fan che visualizza gli aggiornamenti di una pagina brand nel proprio news feed.

Cosa significano questi numeri? Che sono **pochissimi gli utenti** che fruiscono i contenuti andando a visitare direttamente le pagine di cui sono fan, e che in media **ciascun post di una pagina viene visto da meno di 1 fan su 5 nel proprio flusso di notizie**.

Quindi, non tutto quello che scriviamo viene visto dai nostri fan, anzi, molto poco.

L'algoritmo Edge Rank

L'algoritmo sviluppato da Facebook che regola tutto questo si chiama

Edge Rank

L'Edge Rank assegna un punteggio (rank) a ciascun contenuto (edge), sulla base di 3 fattori principali:

$$\sum u_e w_e d_e$$

u_e

Valore di affinità tra gli utenti che hanno visualizzato il contenuto e chi l'ha condiviso.

w_e

"Peso" del tipo di interazione avvenuta (commento, like, tag, etc.).

d_e

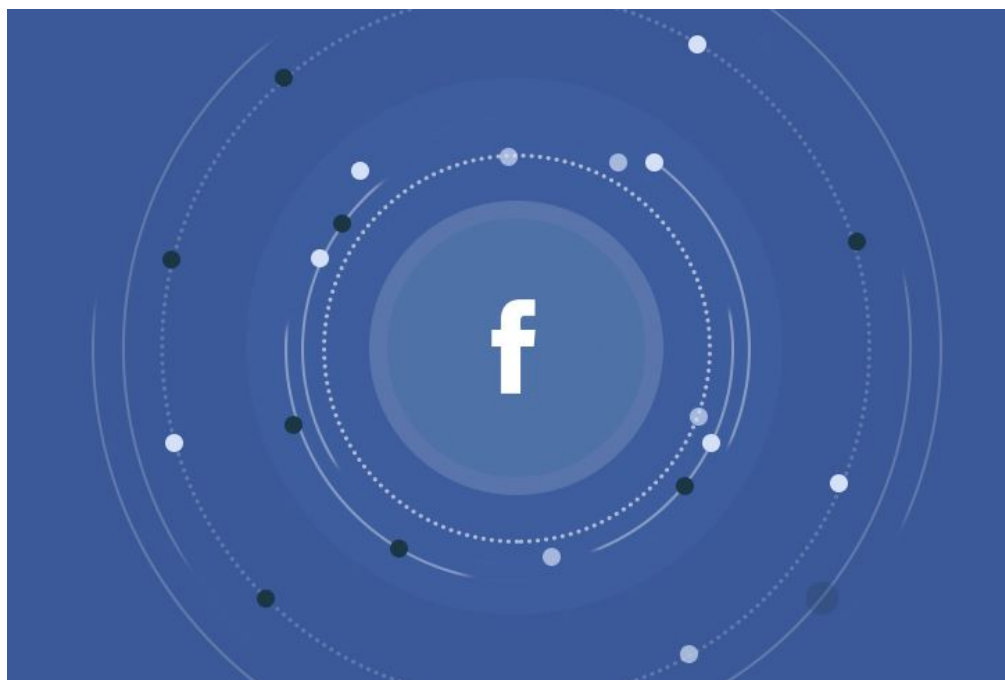
Tempo di decadimento, ovvero quanto tempo è passato da quando è stato creato il contenuto.

L'**EDGERANK** è quindi la somma ponderata delle azioni che l'utente ricevente compie sui messaggi del mittente.

Il **PESO** è dato da tipo di **INTERAZIONE** (view, like, commento) e **TEMPO** trascorso dall'interazione.

LUCADELLADORA.com

Cosa fare per migliorare il proprio Edge Rank?



- scrivere con frequenza quotidiana
- privilegiare i contenuti multimediali (foto, video, link)
- assicurare una presenza predominante, nella propria 'torta' editoriale, di contenuti che stimolino il coinvolgimento degli utenti (es. sondaggi, domande etc.)
- controllare, tramite **Facebook Insight**, i post che hanno generato più interazioni, e riproporli a distanza di tempo
- pubblicare aggiornamenti quando è più probabile che i nostri utenti stiano usando Facebook, in modo da garantire che la fruizione avvenga su contenuti ancora 'freschi'

Che senso ha avere una fanpage se tanto non riesco a farmi sentire dalla maggior parte di loro?

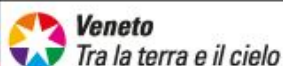


Facebook: costruire la fan base

Qual'è il valore dei miei fan?

- rendono le inserzioni più efficaci e meno costose, rispetto a quelle che hanno per target i non fan
- incidono positivamente sulla tua credibilità
- forniscono una serie di dati che ti permettono di conoscere meglio i tuoi clienti e i tuoi potenziali clienti

L'incremento dei fan non può e non deve essere il tuo unico obiettivo su Facebook!



www.veneto.eu



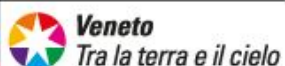
PRO LOCO



Facebook: costruire la fan base

Non serve a niente acquisire un maggior numero di fan se questi non rientrano nei nostri target group.

Se i fan sono un **mero numero** non avremo alcun valore, saremo **penalizzati dall'algoritmo** e **non raggiungeremo** i nostri risultati di engagement.



www.veneto.eu



PRO LOCO



Come posso far crescere una fan base di qualità?

Invita i tuoi
amici...in
target!

Interagisci
con altre
pagine di
prodotti che
interessano il
tuo target

Inserisci un
rimando alla
tua pagina
sul sito
web/nelle
email/ecc

Invita i tuoi
associati con
una e-mail
dedicata

Invita i
collaboratori
a diventare
fan

Pubblica con
continuità
contenuti
interessanti!

Cosa non si deve fare:

L'invito di
massa a tutti
i tuoi amici

L'acquisto di
fan 'al chilo'

Lo spam
sulle pagine
e profili



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Facebook: come pubblicare

Ogni formato di Facebook ha la sua peculiarità che è bene conoscere e sfruttare:

L'**aggiornamento di stato**: oltre 63.000 caratteri a disposizione.
Il testo non può essere formattato ma si può andare a capo ed inserire emoticon che permettono di caratterizzarlo.

Og
ber



e pubblicare

la sua peculiarità che è

aggiornamento di stato: oltre 1000 caratteri a disposizione. Questo non può essere formattato ma può andare a capo ed inserire emoticon che permettono di caratterizzarlo.

Le **immagini**: sono il formato già diffuso e quello che genera maggior coinvolgimento.

Reagola d'oro caricare immagini di qualità, dimensione minima 504X504 pixel, per occupare tutto il box messo a disposizione da Facebook.

Su Facebook le infografiche non sono accattivanti e decisamente illeggibili.

Le **immagini**: sono il formato già diffuso e quello che genera maggior coinvolgimento.

Regola d'oro caricare immagini di qualità, dimensione minima 504X504 pixel, per occupare tutto il box messo a disposizione da Facebook.

Su Facebook le infografiche non sono accattivanti e decisamente illeggibili.



I **link**: rappresentano il formato migliore per portare traffico al tuo sito web e all'interno di Facebook.

L'immagine in anteprima deve essere di buona qualità, ottimizzata per un formato rettangolare (min 600X315 px).

Il titolo deve attrarre e far capire di che cosa stiamo parlando in 25 caratteri (il resto viene tagliato).

La descrizione del link deve essere una rapida anteprima di ciò che ci si aspetta al click.



link: rappresentano il formato migliore per portare traffico al tuo sito web e all'interno di Facebook.

L'immagine in anteprima deve essere di buona qualità, ottimizzata per un formato rettangolare (min 600X315 px).

Il titolo deve attrarre e far capire di che cosa stiamo parlando in 25 caratteri (il resto viene tagliato). La descrizione del link deve essere una rapida anteprima di ciò che ci si aspetta al click.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



I **video**: un formato sul quale facebook sta puntando molto. Si riproducono automaticamente nel newsfeed di chi lo visualizza. E' un ottimo formato per coinvolgere gli utenti, le caratteristiche tecniche sono:

- utilizzare video H.264 con audio AAC in formato MOV o MP4
- assicurarsi che la larghezza non superi i 1280 px

La
fa
S
a
di
fo
ut
te



BellunoLaNotte.com

Maria Cristina
Home 20+

bellunolanotte.com

@bellunolanotte

Home

Informazioni

Foto

Instagram feed

Eventi

Video

Persone a cui piace

Tour Dates

Post

Note

Crea una Pagina

11 NOVEMBRE
DUEMILASEDIC I
Centro storico di Belluno

Mi piace

Invia messaggio

Salva

Altro

Contattaci

Tutti i video

ElectroBeach 2016
Piace a 25 persone · Visualizzazioni: 1088

Capodanno BellunoLaNotte 2016
Piace a 40 persone · Visualizzazioni: 2226

Promo capodanno Belluno 2016
Piace a 19 persone · Visualizzazioni: 2651

BellunoLaNotte della Musica
Piace a 27 persone · Visualizzazioni: 1074

COMUNICAZIONE DI SERVIZIO: ci scusiamo...
Piace a 80 persone · Visualizzazioni: 1458

BDAY8: special guest JAY LUMEN
Piace a 8 persone

Bellunolanotte 2010 grazie a tutti voi!
Piace a 24 persone

il Ritorno al futuro di bellunolanotte.com
Piace a 4 persone

Gli **album**: permettono di raccogliere sotto un unico cappello tutte le immagini riguardanti lo stesso tema, iniziativa, periodo, evento. Sono molto utili per facilitare la navigazione agli utenti.

Assicurati di inserire tutte le informazioni necessarie: titolo, descrizione, luogo. Anche per le singole foto.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Gli
racc
cap
rigu
inizi
mol
nav
Ass
info
des
sing



BellunoLaNotte.com
@bellunolanotte

- Home
- Informazioni
- Foto**
- Instagram feed
- Eventi
- Video
- Persone a cui piace
- Tour Dates
- Post
- Note

[Crea una Pagina](#)



LA NOTTE DI SAN MARTINO

11 NOVEMBRE
DUEMILASEDICI
Centro storico di Belluno

Mi piace Invia messaggio Salva Altro

[Contattaci](#)

Album



Foto del diario
118 foto



Immagini di copertina
48 foto



ElectroBeach 2016
139 foto



Connessioni Elettroniche
36 foto

[Mostra tutti](#)



Facebook: Insights

Facebook Insights offre tutti i dati rispetto all'andamento della vostra pagina.

Leggere costantemente gli Insight ti permetterà di comprendere l'**andamento della tua pagina**, cosa funziona e cosa no e rispondere a tante altre domande specifiche.

Panoramica

- Promozioni
- "Mi piace"
- Copertura
- Visualizzazioni della Pagina
- Azioni sulla Pagina
- Post
- Eventi
- Video
- Persone
- Messaggi

Riepilogo della Pagina Ultimi 7 giorni

Esporta dati

Risultati dati 11 ottobre 2016 - 17 ottobre 2016

Organici A pagamento

Azioni sulla Pagina

10 ottobre - 16 ottobre

1

Azioni totali sulla Pagina ▲0%



Visualizzazioni della Pagina

10 ottobre - 16 ottobre

122

Visualizzazioni totali della Pagina ▲230%



"Mi piace" sulla Pagina

10 ottobre - 16 ottobre

13

"Mi piace" sulla Pagina ▲550%



Copertura

10 ottobre - 16 ottobre

2771

Persone raggiunte ▲48%



Interazioni con il post

10 ottobre - 16 ottobre

392

Interazioni con i post ▲43%



Video

10 ottobre - 16 ottobre

6

Visualizzazioni in totale del video ▼33%



I tuoi 5 post più recenti



Copertura: organica / a pagamento Clic sul post Reazioni, commenti e condivisioni

Data pubblicazione	Post	Tipo	Destinatari	Copertura	Interazioni	Promuovi
				170	6 9	Metti in evidenza il post
				182	13 14	Metti in evidenza il post
				330	24 17	Metti in evidenza il post

Facebook: Insights

Per ogni sezione è possibile:

- vedere i dati nel passato fino a luglio 2011
- analizzare un determinato periodo di tempo per avere informazioni più approfondite
- ad esclusione delle sezioni *post* e *persone*, nelle altre è presente una barra che permette di scegliere il lasso di tempo per il quale vuoi visualizzare i dati
- per ogni grafico presente nelle sezioni hai la sezione benchmark



Facebook Ads

Prima di far partire una Facebook Ads, valutare alcuni punti:

- **Obiettivi:** accertati di aver chiari gli obiettivi. Acquisire utenti interessati? Coinvolgere i fan? Stimolare la partecipazione agli eventi?
- **Pubblico:** definire il pubblico di riferimento, intercettandone le caratteristiche anche utilizzando Facebook Insights
- **Budget:** pianifica e suddividi il budget a disposizione per le vari campagne



Facebook Ads

Pannello gestione inserzioni

Strumento gratuito da cui accedi direttamente dal tuo profilo personale cliccando sulla voce *gestione inserzioni*, è il tool principale di Facebook, nonché il più facile da usare.



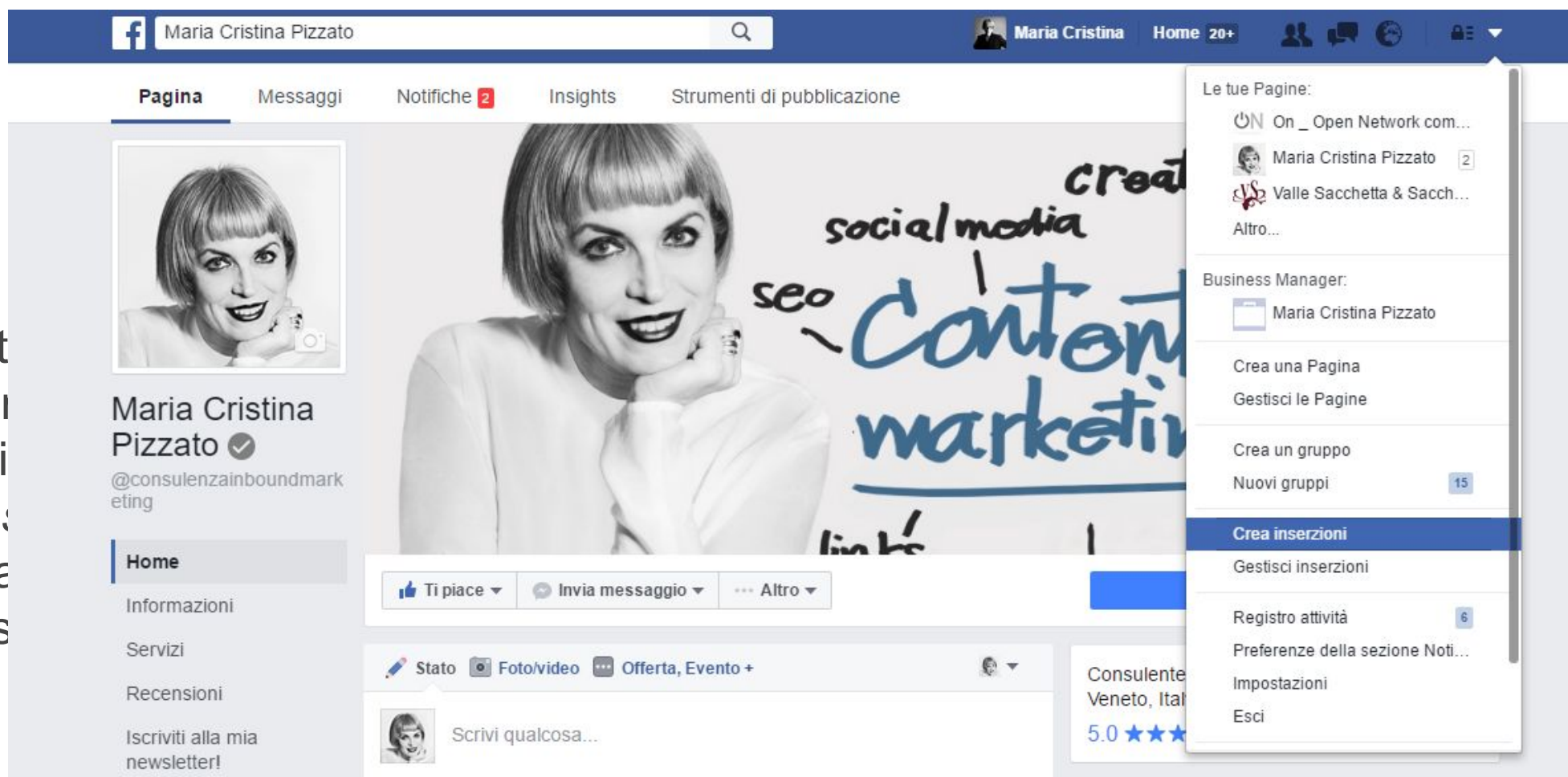
Veneto
Tra la terra e il cielo
www.veneto.eu



PRO LOCO



Facebook Ads



The screenshot shows the Facebook profile of Maria Cristina Pizzato. The profile picture is a black and white photo of her smiling. The cover photo features her with the text 'social media', 'seo', 'Content marketing', and 'creative'. The profile name is 'Maria Cristina Pizzato' with a verified checkmark, and the handle is '@consulenzainboundmarketing'. The left sidebar shows navigation options: Home (selected), Informazioni, Servizi, Recensioni, and 'Iscriviti alla mia newsletter!'. The top navigation bar includes 'Pagina', 'Messaggi', 'Notifiche' (with a red badge showing 2), 'Insights', and 'Strumenti di pubblicazione'. The right sidebar shows 'Le tue Pagine:' with 'On _ Open Network com...', 'Maria Cristina Pizzato' (with a badge showing 2), and 'Valle Sacchetta & Sacch...'. Below this is 'Business Manager:' with 'Maria Cristina Pizzato'. Further down are options: 'Crea una Pagina', 'Gestisci le Pagine', 'Crea un gruppo', and 'Nuovi gruppi' (with a badge showing 15). The 'Crea inserzioni' option is highlighted in blue. Below it are 'Gestisci inserzioni', 'Registro attività' (with a badge showing 6), 'Preferenze della sezione Noti...', 'Impostazioni', and 'Esci'. At the bottom of the profile, there are buttons for 'Ti piace', 'Invia messaggio', and 'Altro'. Below these are buttons for 'Stato', 'Foto/video', and 'Offerta, Evento +'. A text box says 'Scrivi qualcosa...'. On the right, a review snippet for 'Consulente Veneto, Italia' shows a 5.0 star rating.

Facebook Ads




Maria Cristina

[Home](#)
20+






[Pagina](#)
[Messaggi](#)
[Notifiche 2](#)
[Insights](#)
[Strumenti di pubblicazione](#)




[Gestione inserzioni](#)


Maria Cristina

CAMPAGNA: scegli il tuo obiettivo
 Assistenza: scelta dell'obiettivo

☒ Campagna

[Obiettivo](#)

Gruppo di inserzioni

- [Pubblico](#)
- [Posizionamenti](#)
- [Budget e programmazione](#)

Nuova inserzione

- [Formato](#)
- [Contenuti multimediali](#)
- [Testo](#)

Qual è il tuo obiettivo di marketing?

Notorietà	Considerazione	Conversione
 Metti in evidenza i tuoi post	 Indirizza le persone al tuo sito Web	 Aumenta le conversioni sul tuo sito Web
 Promuovi la tua Pagina	 Ottieni installazioni della tua app	 Aumenta l'interazione con la tua app
 Raggiungi le persone vicine alla tua azienda	 Incrementa la partecipazione al tuo evento	 Fai in modo che le persone richiedano la tua offerta
 Incrementa la notorietà della marca	 Ottieni visualizzazioni del video	 Promuovi un catalogo prodotti
	 Raccogli contatti per la tua azienda	 Fai in modo che le persone visitino i tuoi punti vendita

Il nuovo sito di Unpli Veneto

Perchè un nuovo sito?

Innanzitutto tutto perché c'era l'esigenza di avere un sito "responsive", capace cioè di adeguarsi automaticamente ai diversi formati dei device utilizzati oggi dalle persone.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Il nuovo sito di Unpli Veneto

Un **unico sito** che si visualizza in modo ottimale su ogni tipo di device

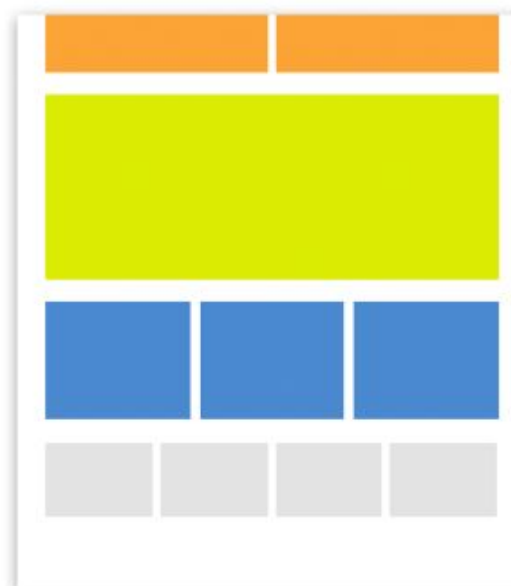
SMARTPHONE



TABLET



DESKTOP



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Il nuovo sito di Unpli Veneto: desktop



Progetti



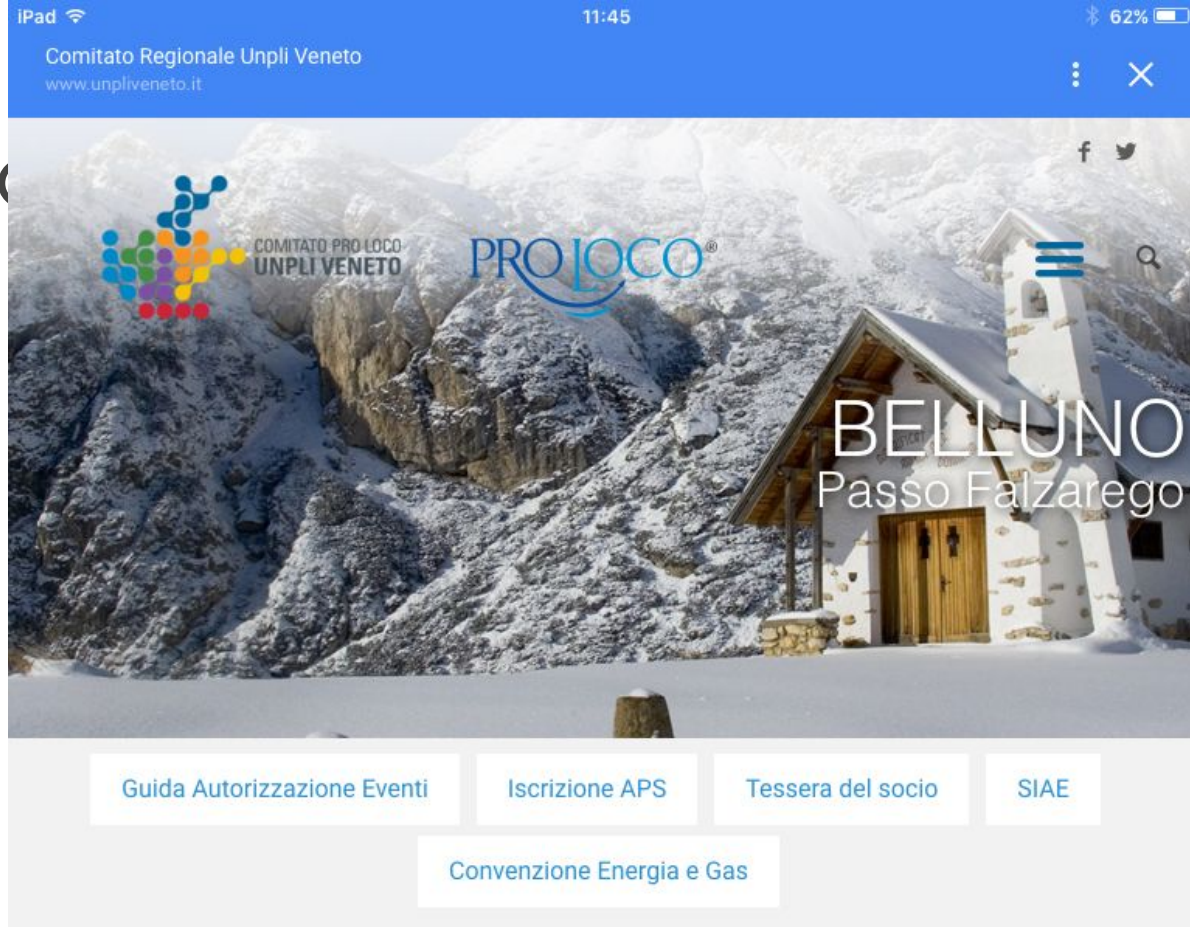
News



Il nuovo sito

Perché un nuovo sito?

Innanzitutto perché c'era l'esigenza di avere un sito "responsive", capace cioè di adeguarsi automaticamente ai diversi formati dei device utilizzati oggi dalle persone



Progetti



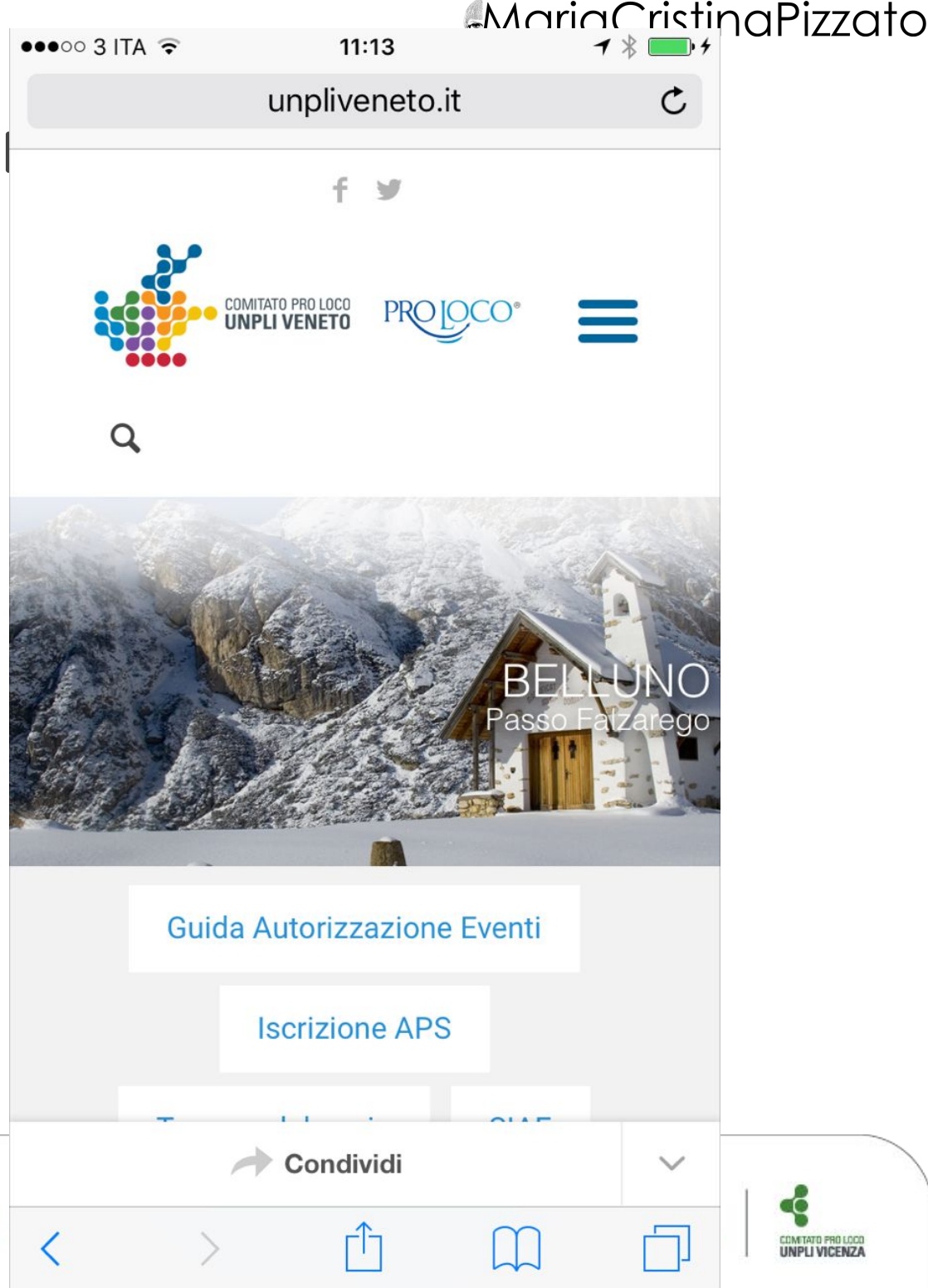
News



Il nuovo sito di Un

Perché un nuovo sito?

Innanzitutto perché c'era l'esigenza di avere un sito "responsive", capace cioè di adeguarsi automaticamente ai diversi formati dei device utilizzati oggi dalle persone.

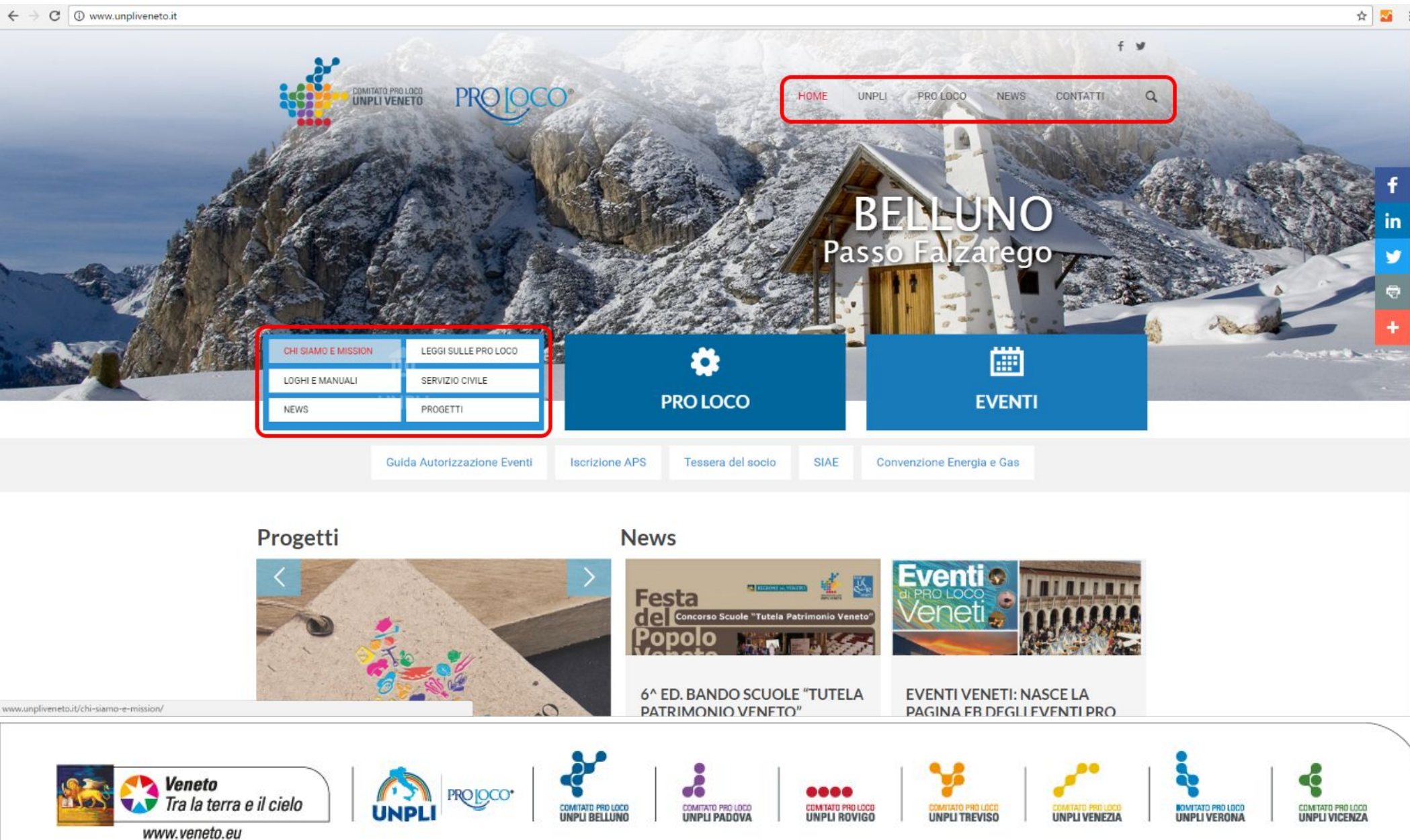


Il nuovo sito di Unpli Veneto

Organizzare meglio i contenuti
inserendo la possibilità di accedere
alle informazioni da più punti:

- barra menu
- pulsanti 'tematici'

Il nuovo sito di Unpli Veneto



The screenshot shows the homepage of the Unpli Veneto website. The background is a large image of a snowy mountain landscape with a small white chapel in the foreground. The text "BELLUNO" and "Passo Falzarego" is overlaid on the image.

Navigation Bar: A red box highlights the navigation bar at the top right, which includes links for HOME, UNPLI, PRO LOCO, NEWS, and CONTATTI, along with a search icon.

Menu: A red box highlights a menu on the left side of the page. It contains the following items:

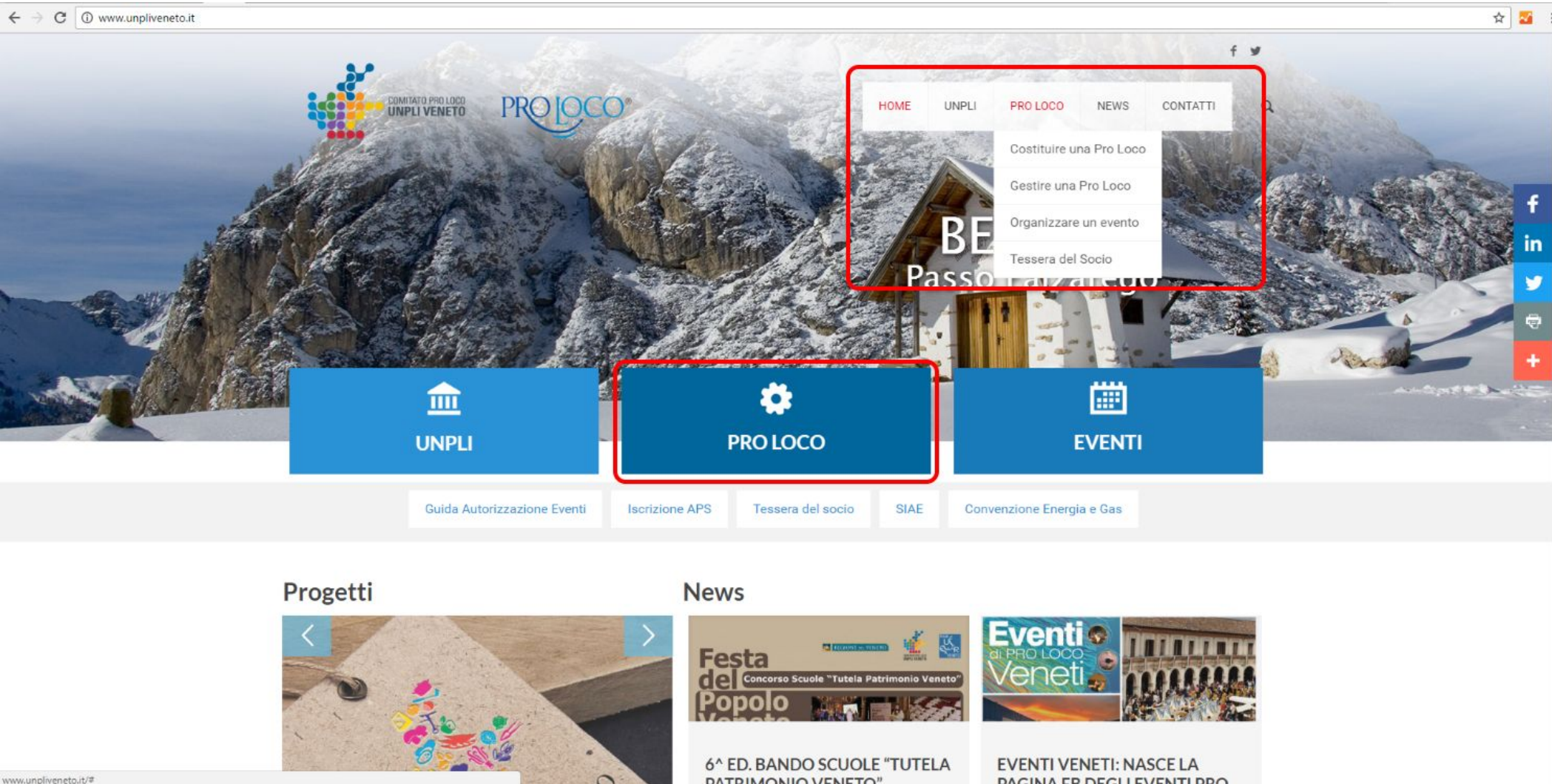
- CHI SIAMO E MISSION
- LOGHI E MANUALI
- NEWS
- LEGGI SULLE PRO LOCO
- SERVIZIO CIVILE
- PROGETTI

Buttons: Two large blue buttons are visible: "PRO LOCO" (with a gear icon) and "EVENTI" (with a calendar icon).

Footer: The footer contains several logos and links, including the Veneto logo with the text "Tra la terra e il cielo" and "www.veneto.eu", and logos for various Pro Loco committees (Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Verona, Vicenza).

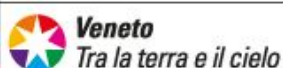
Progetti and News sections: Below the main navigation, there are sections for "Progetti" and "News". The "Progetti" section shows a project titled "Festa del Popolo Veneto" and another titled "6ª ED. BANDO SCUOLE 'TUTELA PATRIMONIO VENETO'". The "News" section shows a news item titled "EVENTI VENETI: NASCE LA PAGINA FB DEGLI EVENTI PRO".

Il nuovo sito di Unpli Veneto



Il nuovo sito di Unpli Veneto

Pagina **'Eventi e curiosità'** che fa da aggregatore per tutte le news inviate al sito e pubblicate sulla Pagina Facebook dedicata agli eventi.



www.veneto.eu



PRO LOCO



Il nuovo sito di Unpli Veneto



HOME

UNPLI

PRO LOCO

NEWS

CONTATTI



Eventi e curiosità

Home > Eventi e curiosità



Timeline Photos

Una bella iniziativa quella del Consorzio Colli Berici di venerdì 21 ottobre a Villa Cordellina Lombardi a Montebelluna (VI): alle ore 20.15 si terrà la Cena di Solidarietà "Un'amatriciana per Amatrice" il cui ricavato verrà devoluto in...



Eventi Veneti @ 2016-10-15



Timeline Photos

Per una domenica fuori porta ti aspetta il 16 ottobre una passeggiata immersa nella natura ai piedi dei Colli Berici dove potrai scoprire i luoghi nascosti di Sossano (VI) e lavori e passioni dei suoi abitanti. Ritrovo ore 9 al parcheggio del Muni...



Eventi Veneti @ 2016-10-13

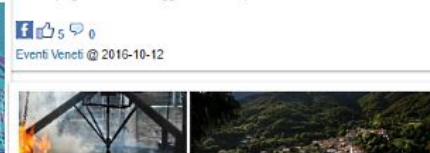


Timeline Photos

Il 16 ottobre venite a degustare alla 55ª Festa dello Spiedo a Isola Vicentina (VI) il tradizionale Spiedo di carne cotta sul fuoco a legna accompagnato dalla "polenta onta" e lo spiedo di verdure accompagnato da formaggio. E inoltre, stand Vini...



Eventi Veneti @ 2016-10-12



Il nuovo sito di Unpli Veneto

Pagina **'News'** che riassume informazioni, news e comunicazioni istituzionali importati.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Il nuovo sito di Unpli Veneto

www.unpliveneto.it/news/



HOME

UNPLI

PRO LOCO

NEWS

CONTATTI



News

Home > News



6^ ED. BANDO SCUOLE "TUTELA PATRIMONIO VENETO" 2016/2017

Partono le iscrizioni per la nuova edizione del Bando dedicato al Patrimonio del Veneto



AL VIA I CORSI DI FORMAZIONE PER LE PRO LOCO VENETE

Si terranno nel mese di ottobre gli incontri di formazione per le Pro Loco venete



3^ ED. PREMIO LETTERARIO "M. BENETAZZO"

Il Consorzio Pro Loco Astico Brenta (VI) indice la terza edizione del premio letterario dedicato



EVENTI VENETI: NASCE LA PAGINA FB DEGLI EVENTI PRO LOCO

E' online la nuova pagina fb dedicata agli eventi delle Pro Loco venete



TERREMOTO CENTRO ITALIA: RACCOLTA FONDI UNPLI VENETO

L'Unpli Veneto attiva una raccolta fondi per le comunità colpite



UN'AMATRICIANA PER AMATRICE: RACCOLTA FONDI

L'Unione Nazionale Pro Loco d'Italia ha lanciato un'importante e bella iniziativa dal titolo



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

Il nuovo sito di Unpli Veneto

Aumenta l'interazione con gli utenti offrendo la possibilità di iscriversi alla **Newsletter** per rimanere aggiornati circa le attività ed iniziative del Comitato Regionale.



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



Il nuovo sito di Unpli Veneto

← → ↻ www.unpliveneto.it/category/progetti/ ☆



tratta di una rassegna che riunisce [...]



terra, rivalutando e riscoprendo le ricette che talvolta si sono un po' perse.

[f](#) [in](#) [tw](#) [p](#) [+](#) 0



SPETTACOLI DI MISTERO

"Novembre", in Veneto, si traduce solo con un'altra parola: "Mistero". Il Festival dedicato interamente ai luoghi leggendari e misteriosi della regione, che per tutto il mese tiene banco dalle montagne [...]

Unpli Veneto
Piazza Squillace, 4
31050 Miane (TV)
tel: 0438 893385
fax: 0438 899768
segreteria@unpliveneto.it

Newsletter Unpli Veneto

Iscriviti subito alla nostra newsletter per rimanere sempre aggiornato.

Email Address

[^](#)

Iscriviti



Veneto
Tra la terra e il cielo
www.veneto.eu



UNPLI



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

© 2016 Unpli Veneto. Tutti i diritti riservati. [Credits](#)

[Contatti](#) [Privacy](#)

Q&A

Maria Cristina Pizzato

@cristinapizzato

cristina@mariacristinapizzato.it
cristinapizzato@gmail.com

<http://mariacristinapizzato.it/>
<http://per-corsowebmarketing.com/>



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA

grazie



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO
UNPLI VICENZA