

C2022



Dal 3 al 6 ottobre,
solo su Learnn.

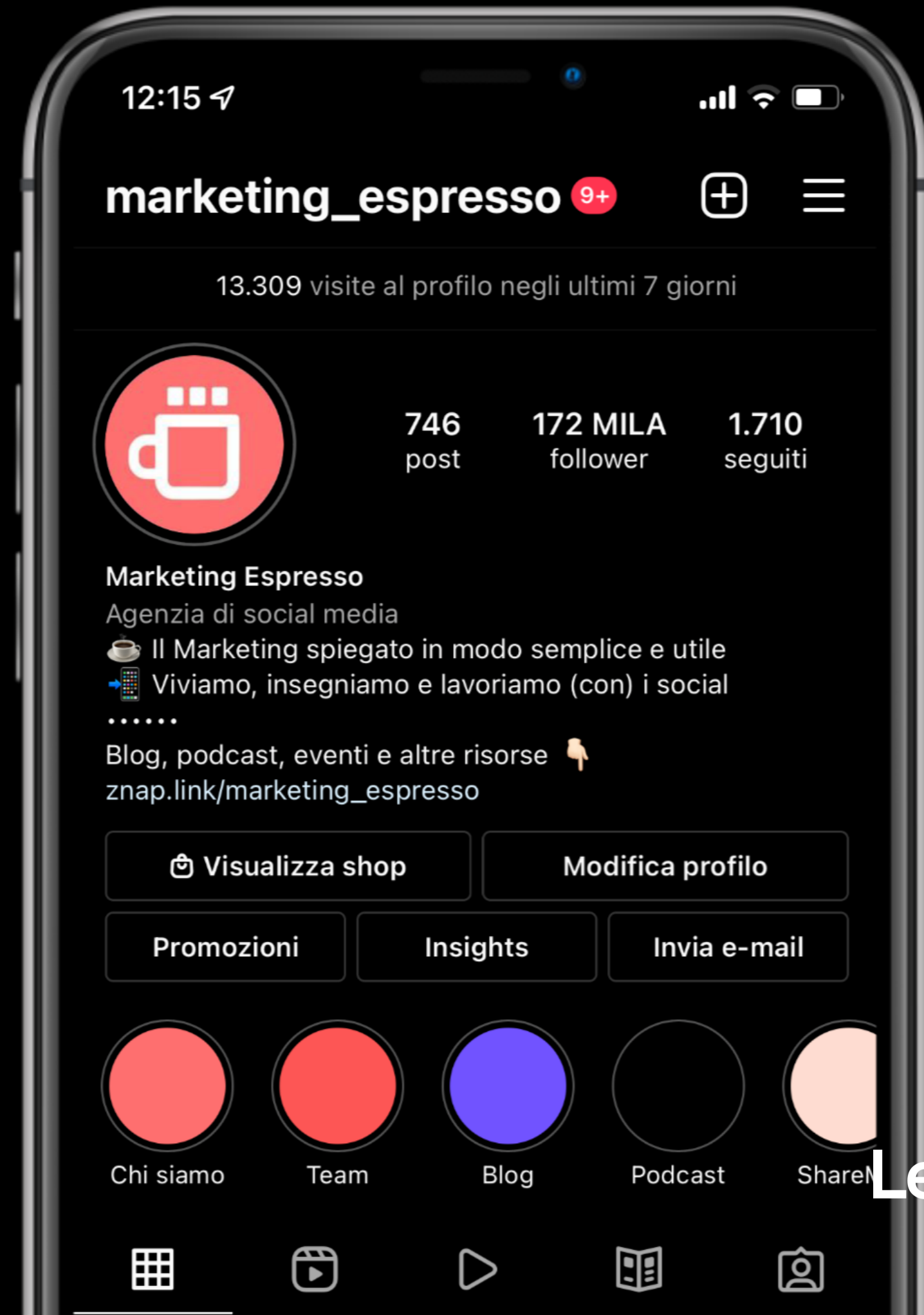
Learnn

Social Media Management VS Community Building

Learnn

Cos'è MEx?

Spoiler n°1:
non è solo una pagina Instagram!

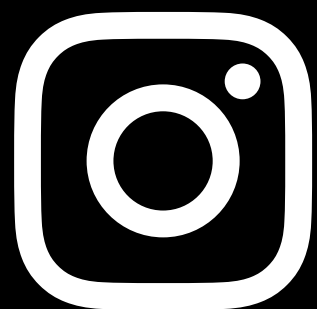


Learnn

Vision e Mission

Vogliamo creare un ecosistema dove il Marketing sia democratico, accessibile e una fonte di valore. Lo facciamo mettendo al centro le persone tramite i canali digitali.

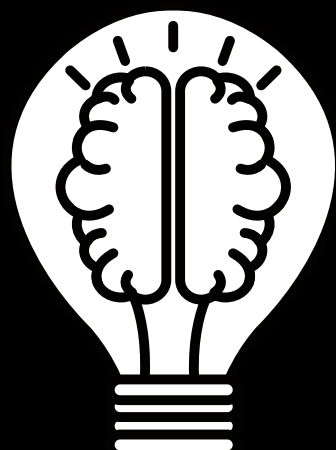
I nostri numeri



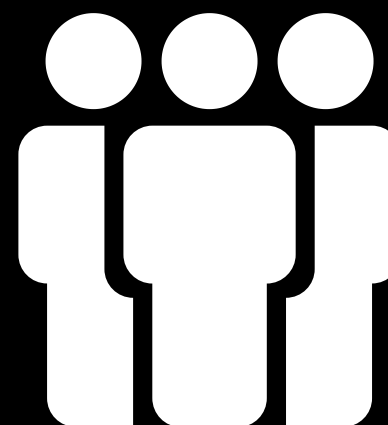
+ 202k persone



+ 80k professionisti



+ 110 progetti gestiti



+ 13 persone tra dipendenti
e collaboratori

Tutto questo in 4 anni dal primo post e 2 anni quasi dalla nascita della società

Learnn

Chi siamo noi?

Marco Onorato
Founder & CEO



Alessandro Vajani
Founder & Agency Director



Learnn

Cosa vi aspetta nei prossimi minuti?

A noi piace spiegare l'argomento così...

Learnn



**Community
building
VS
Gestione Social**

WOW

Premessa

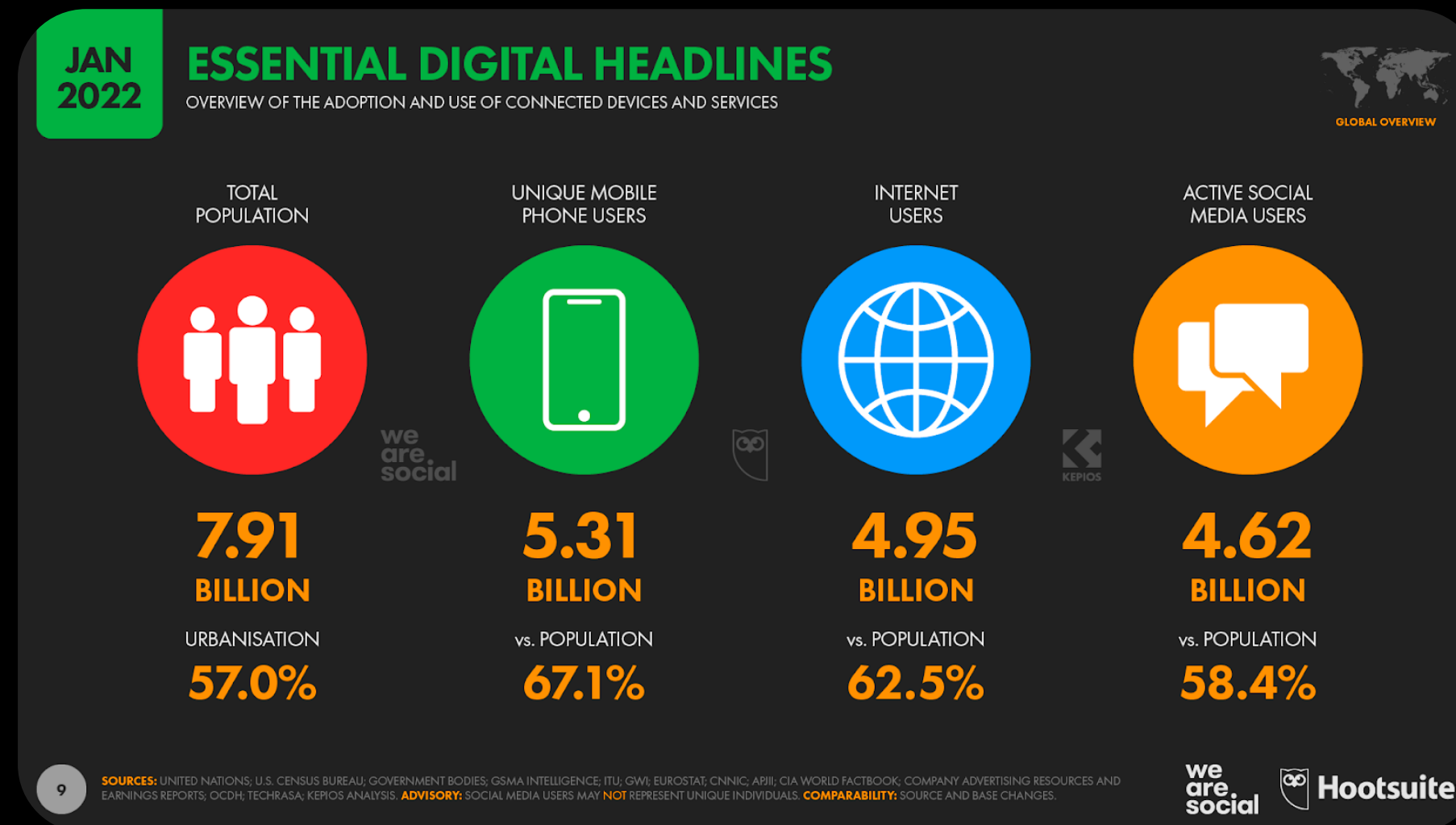
I social sono uno strumento potente se lo sappiamo usare.



Learnn

Guardate questa slide

Ormai la conoscete. Non servono We Are Social e HootSuite a dirvi che oggi i social sono uno strumento essenziale.



Learnn

Guardate queste statistiche



**70% of marketers are
actively investing in
content marketing.**

Fonte: HubSpot, 2020

Guardate queste statistiche

**Nearly nine out of ten
people report wanting
to see more videos
from brands**

Fonte: HubSpot

**marketers are
investing in
marketing.**

Spot, 2020

Guardate q

Nearly
people
to see
from b
Fonte: l

**87% of people claim that
they were moved to follow
a brand's page, visit their
website or make a
purchase after seeing an
ad on Instagram.**
Fonte: Facebook

rnn

Guardate q

**Nearly
people
to see
from b
Fonte: I**

**87% c
they
a bra
webs
purch
ad or
Fonte**

**L'83% degli utenti dice che
instagram li ha aiutati a
scoprire un nuovo
prodotto o un servizio**
Fonte: Instagram

**Il secondo motivo per cui
gli utenti entrano su
Instagram è
seguire/trovare info su
brand e prodotti**

Fonte: HubSpot

**legli utenti dice che
am li ha aiutati a
e un nuovo
o o un servizio
instagram**

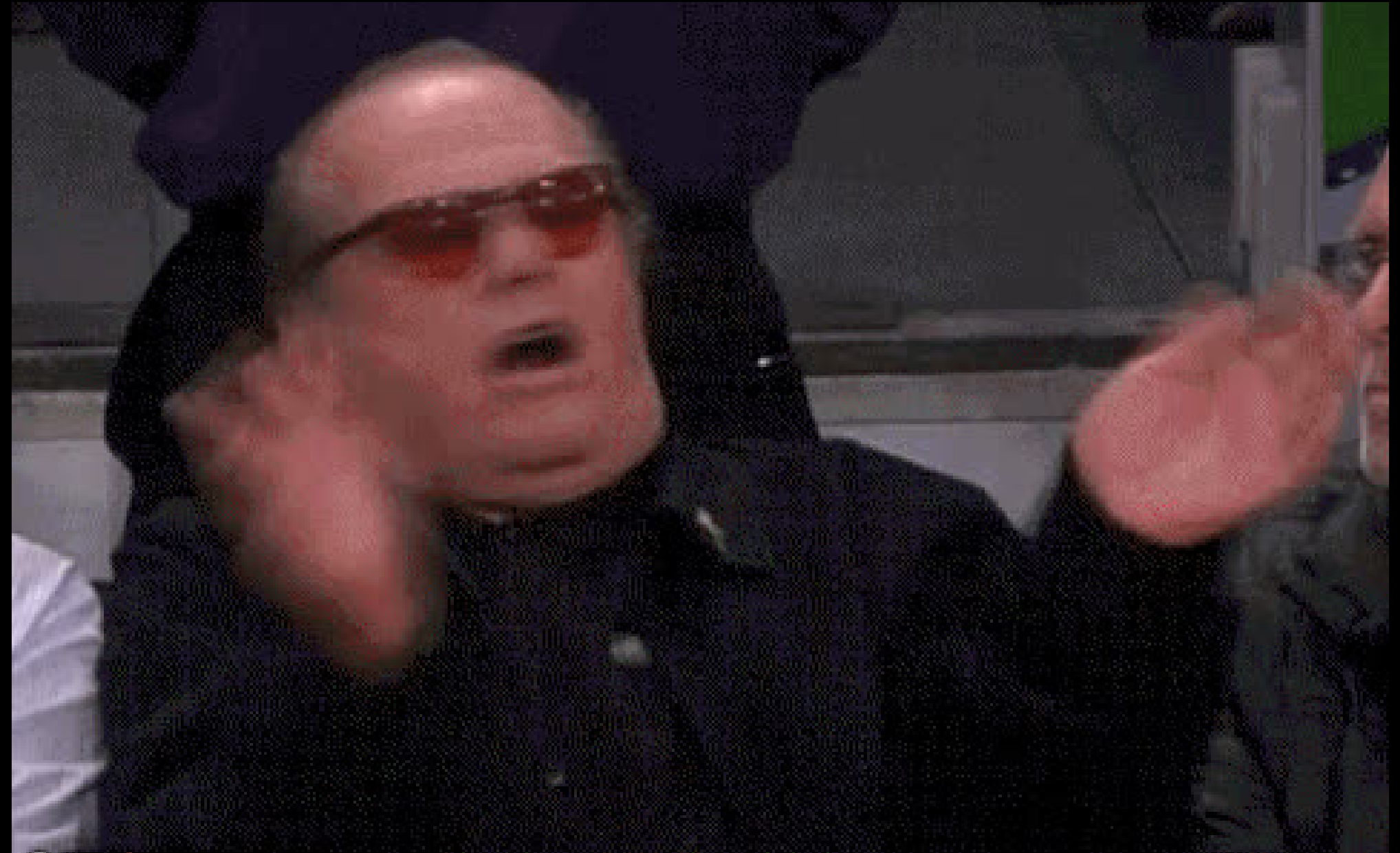
Insomma, tanti brand investono sui social

Lo fanno tutti bene?

Learnn

Ovviamente no!

Più del 60% dei brand che investono attivamente sui social pensano che non porti i dovuti risultati (fonte: Relevance).



Learnn

Perché succede?

Rispondiamo insieme a questa domanda.



Learnn

Gestione social

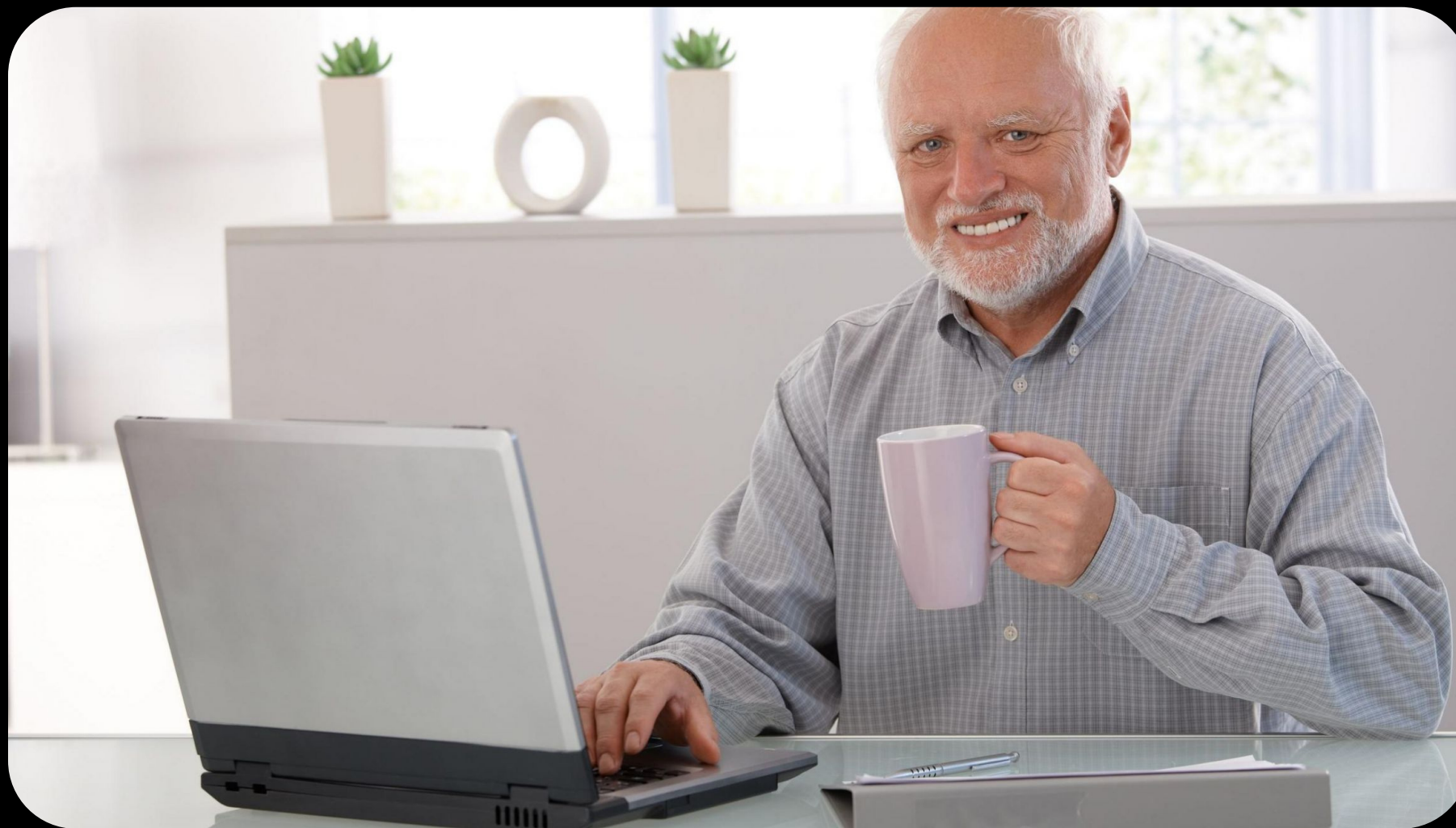
Rispetto al passato, quasi tutti i brand hanno un profilo almeno su un canale social.

Ma cosa fanno sui loro canali?

O cosa fanno la maggior parte delle agenzie/professionisti a cui si affidano?

3 utilizzi possibili:

1- Parlano di loro e spiegano chi sono



Learnn

3 utilizzi possibili:

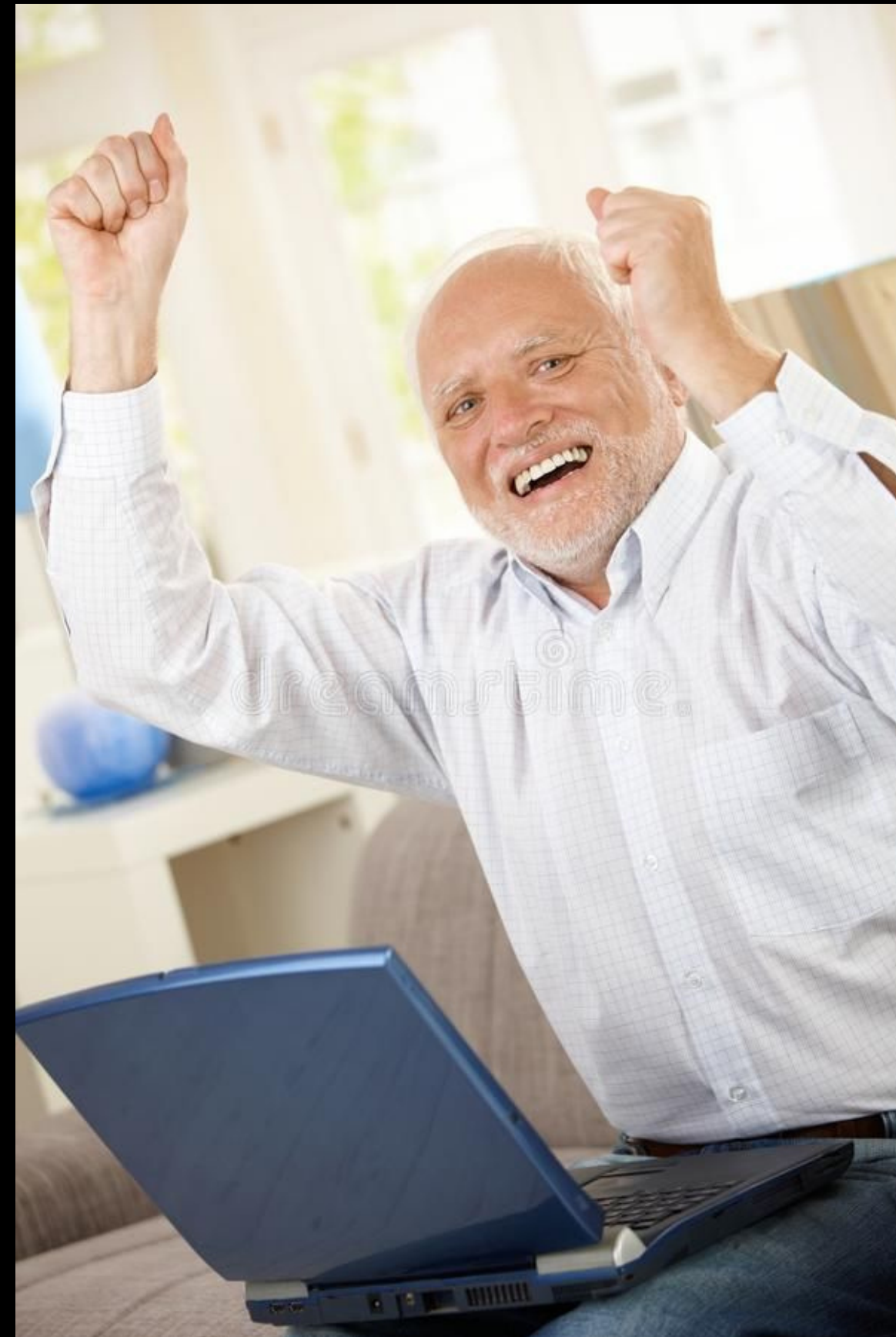
2- Spiegano quanto sono belli e validi i loro prodotti e servizi



Learnn

3 utilizzi possibili:

**3- Mostrano quanto sono felici
e fantastici i loro clienti**



Learnn

Ora facciamo i seri.

In un contesto saturo di informazioni, pieno di distrazioni e veloce come la luce, contenuti del genere secondo voi possono essere efficaci per coinvolgere gli utenti?

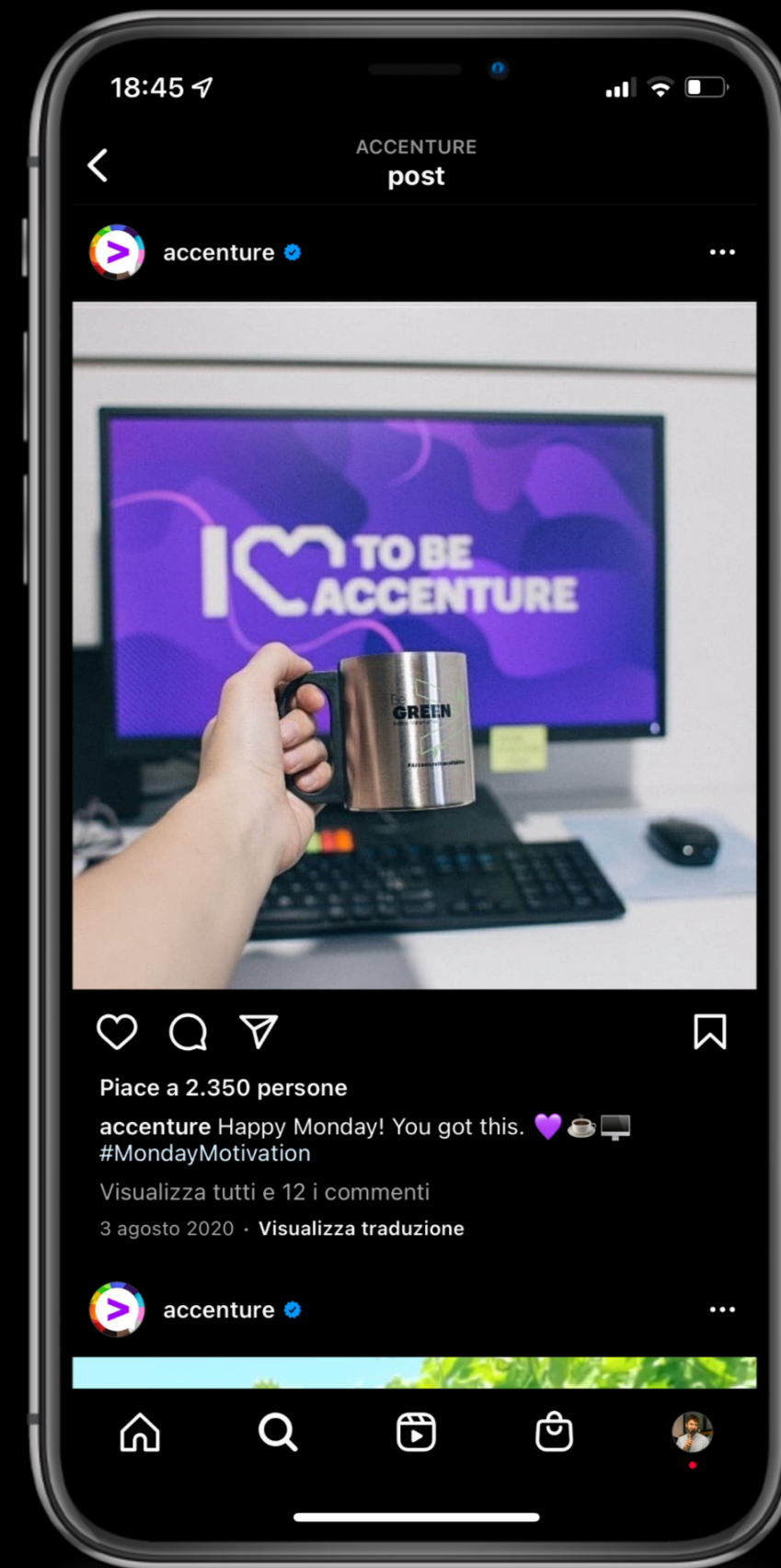
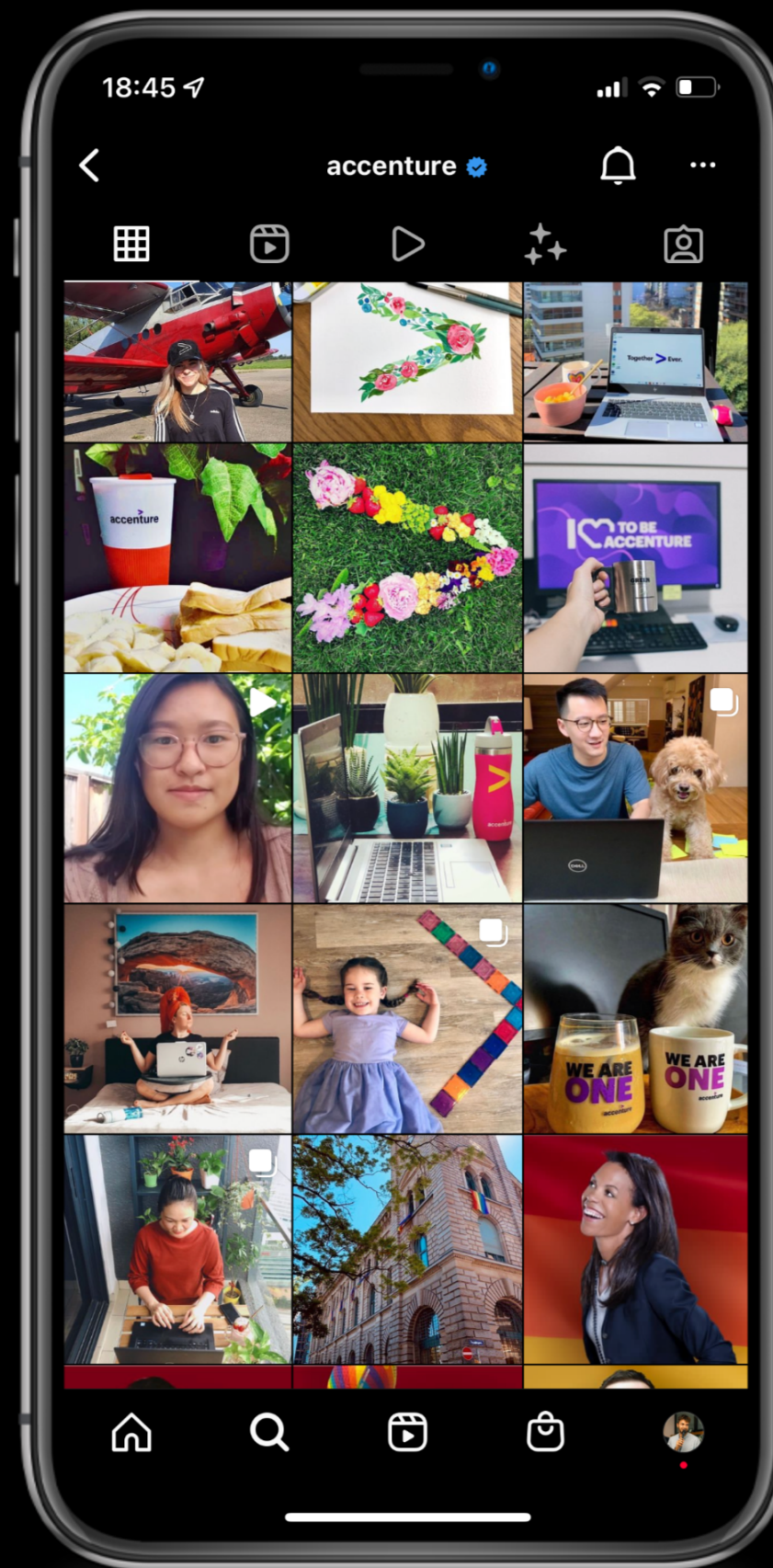
Speriamo che abbiate risposto NO.

Qualcosa comunque sta cambiando.

Guardiamo un esempio: l'evoluzione della comunicazione Instagram di Accenture. Brand internazionale fra i più grandi al mondo.

Prima

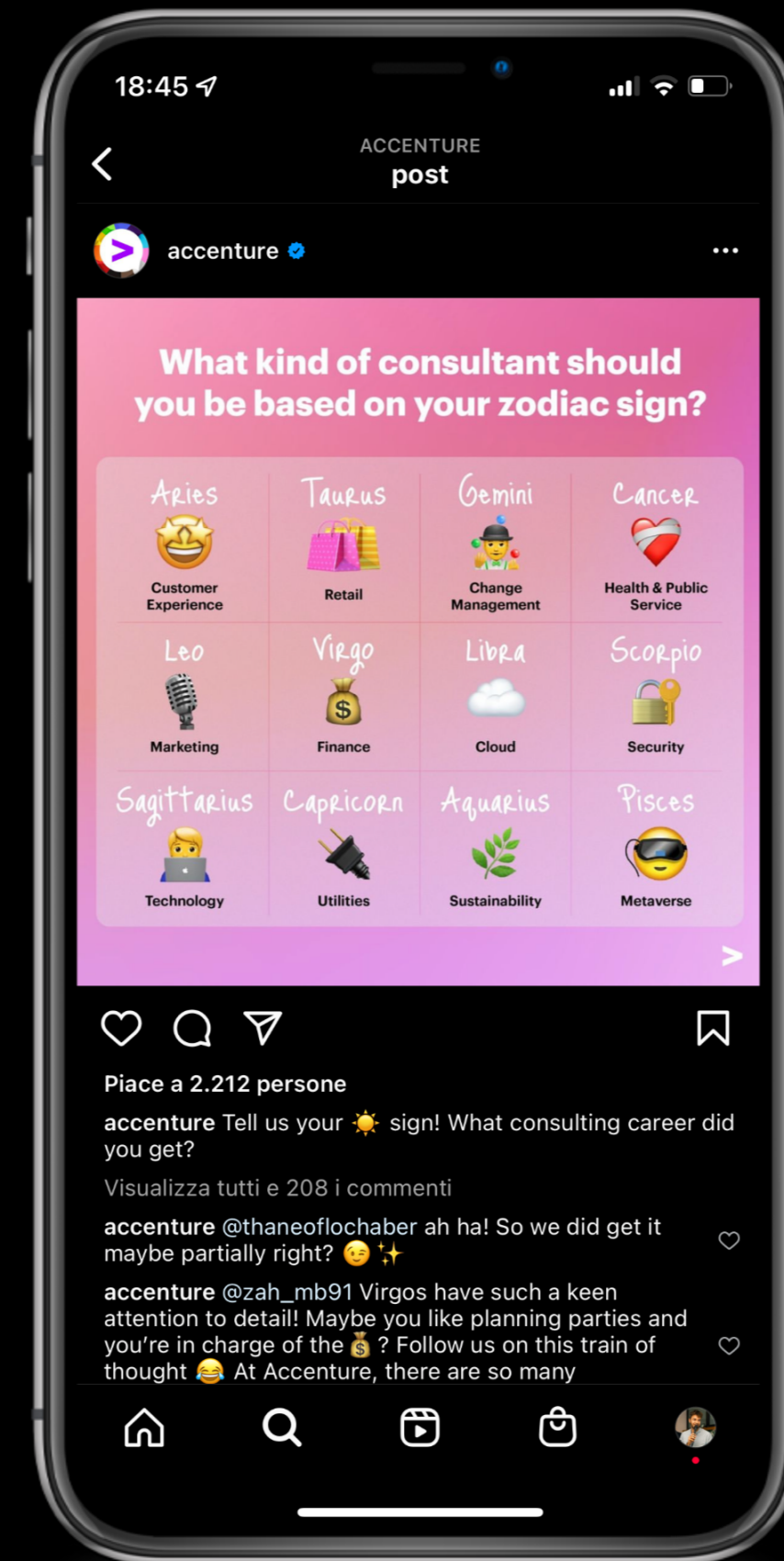
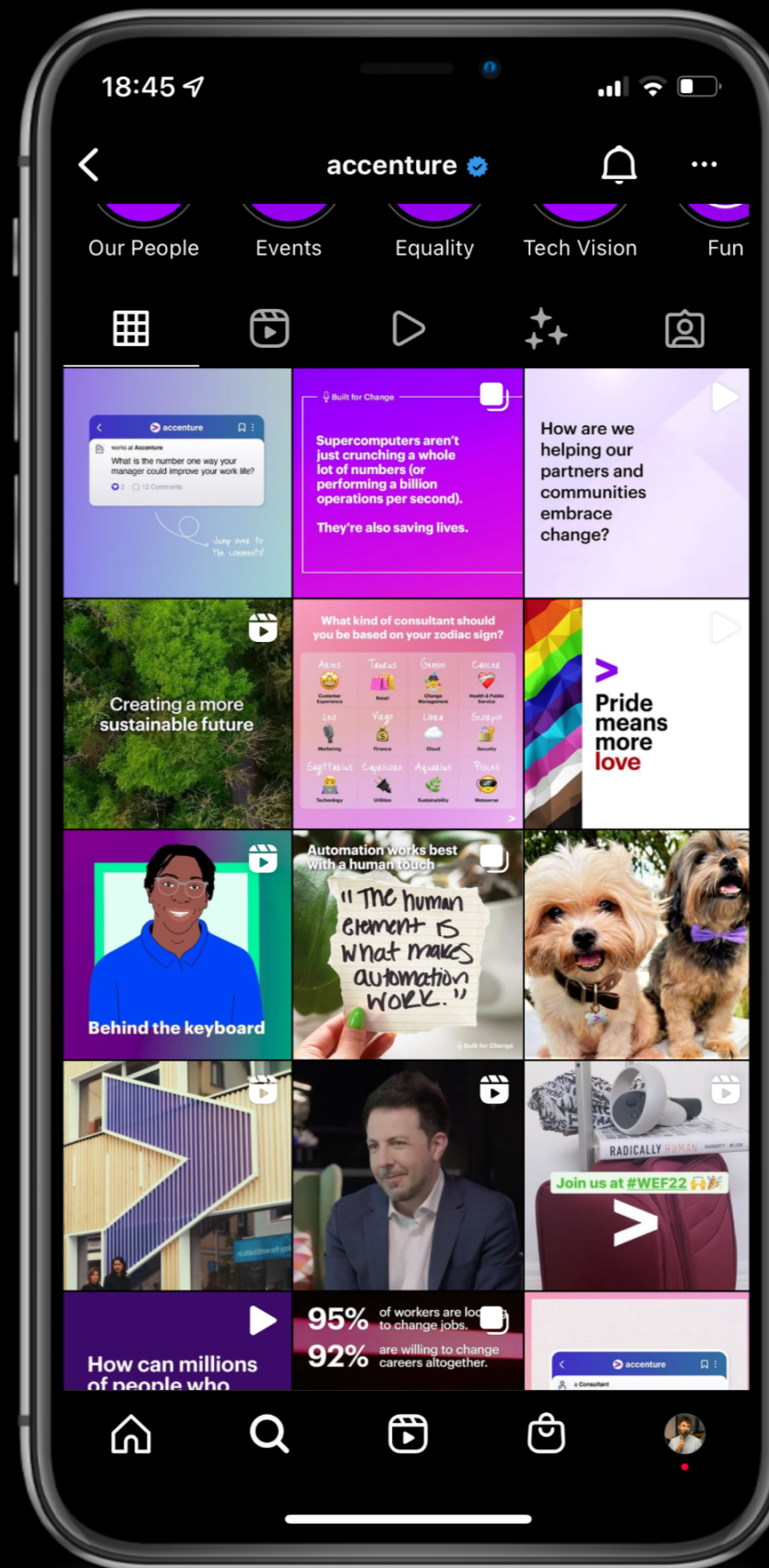
2020
Feed Autoreferenziale
Adatto solo a comunicazione interna



Learnn

Dopo

2022
Feed che introduce elementi
di interesse
Adatto a comunicazione interna
ma non solo



Learnn

Ci aspettiamo ancora qualche upgrade.

Vediamo però cosa vuol dire costruire una community e come farlo.

Learnn

Community Building

Spoiler n°2: non è semplice.

Infatti come primo concetto è importante sottolineare che la community è come un castello fatto di mattoni.

Ci vuole tempo.
Dobbiamo costruirlo.
Dobbiamo mantenerlo.



**SORRY - UNDER
CONSTRUCTION**

Learnn



**Il percorso è lungo e si compone di
4 fasi e fattori principali.**

Learnn

Strategia

La strategia è la base del nostro castello.

- Analisi di contesto
- Competitors
- Target
- Canali
- Piano editoriale
- Strategia di crescita



Learnnn

Contenuti

I contenuti sono la nostra parola sui social network.

- Parliamo di cose rilevanti per chi abbiamo di fronte;
- sfruttiamo le caratteristiche dei diversi canali;
- guardiamo al complesso e non al singolo contenuto.



Community Management

**Dobbiamo dare rilevanza alle persone.
Come?**

- **Rispondendo ai commenti;**
- **rispondendo ai loro messaggi;**
- **coinvolgendoli nel processo di creazione e di decisione;**
- **ideando iniziative "esterne" ai social.**



Learnn

Iniziative di crescita

Usciamo dai social, per creare relazioni oltre l'online.

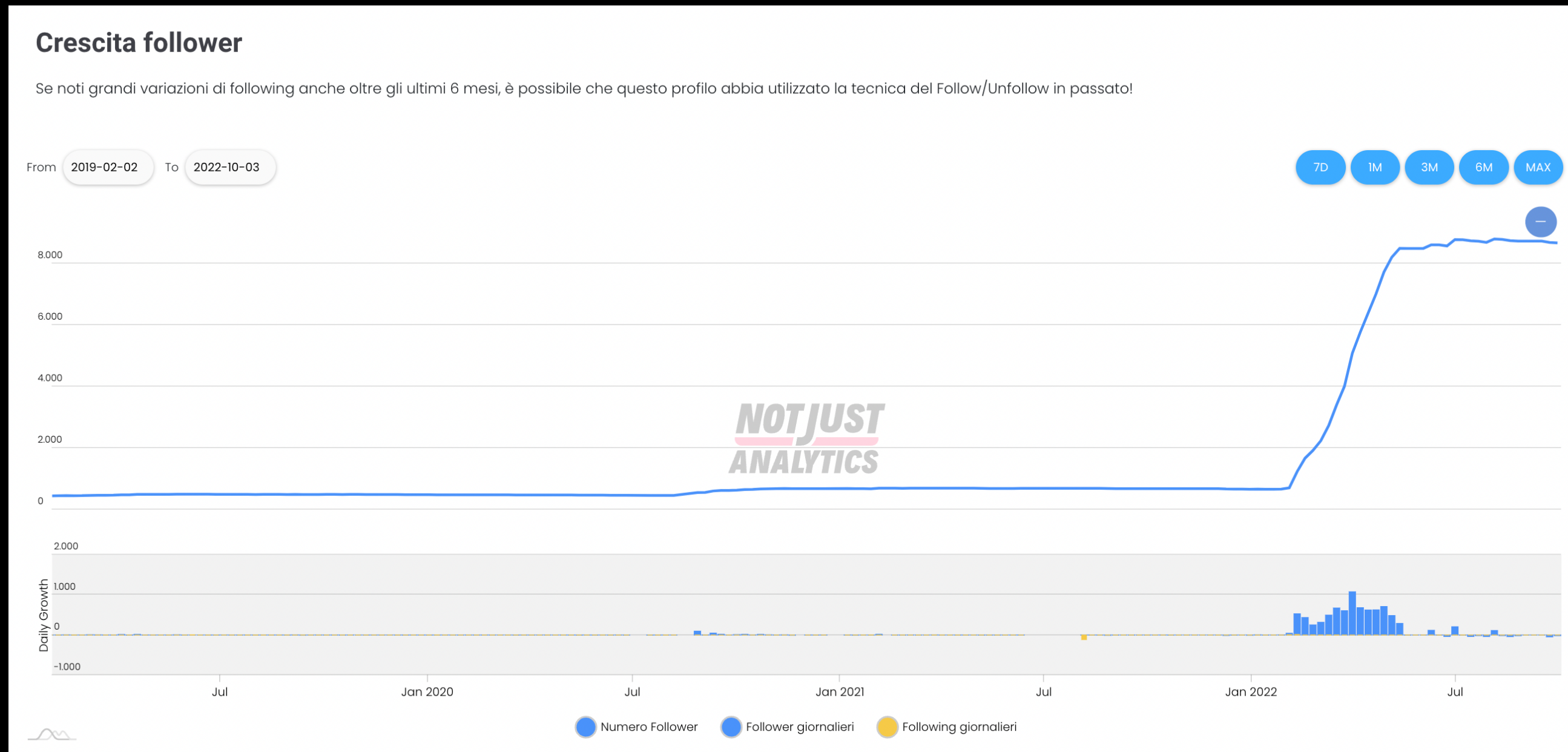
- Eventi dedicati
- Contenuti esclusivi (lista amici stretti, Telegram, Twitch, Podcast, Blog etc.)



Learnn

Caso pratico - Cliente Editoria

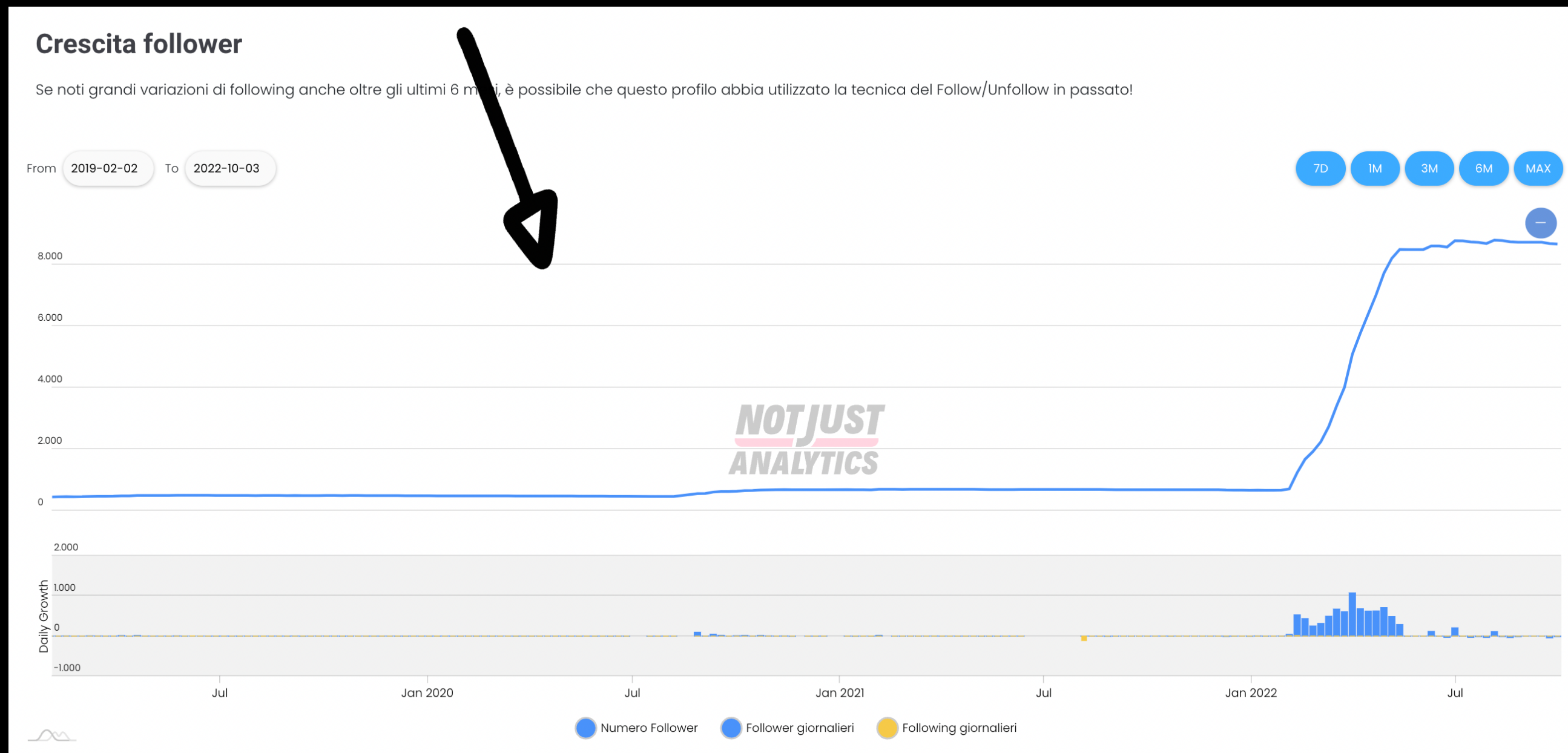
Cliente su cui abbiamo applicato il Community Building



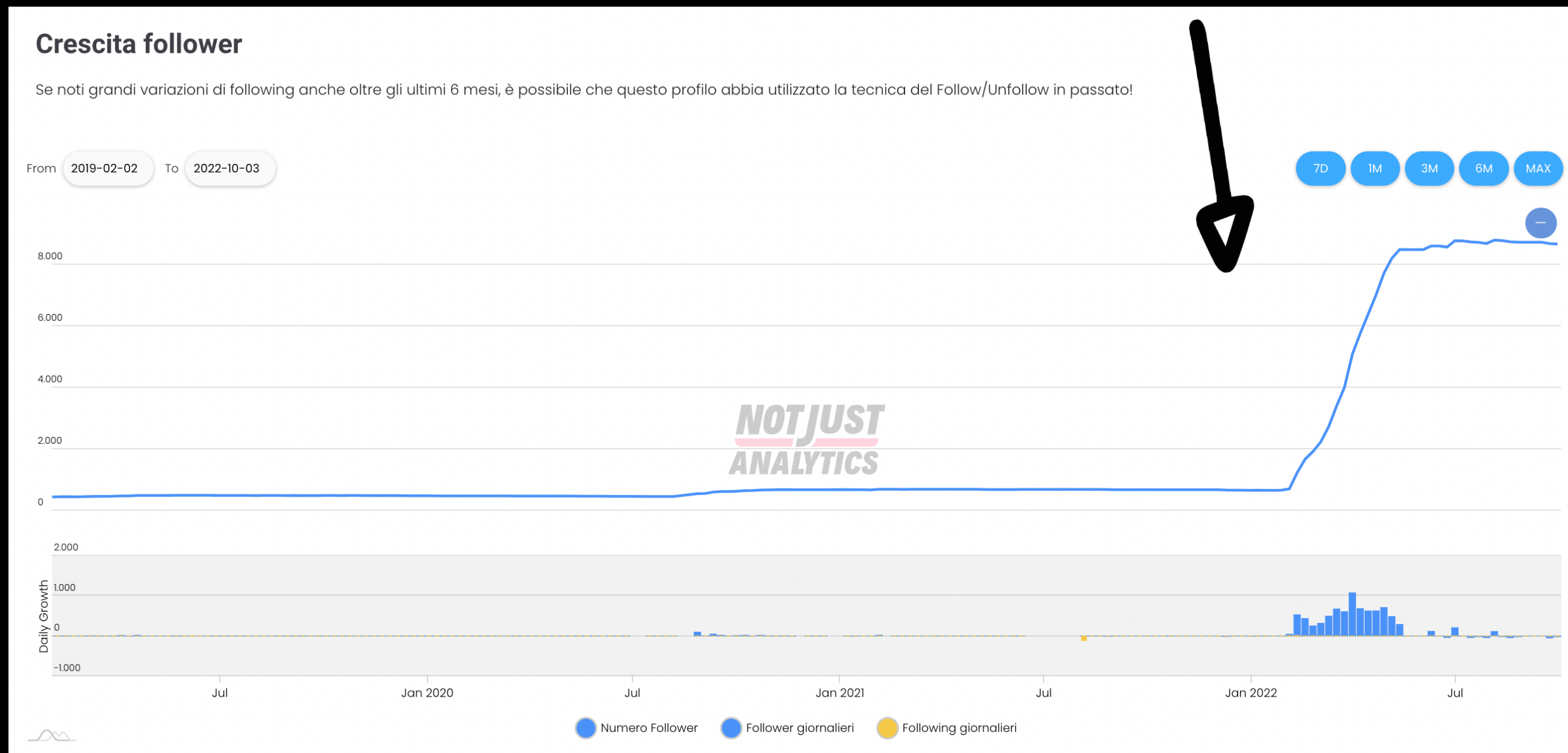
Learnn

Gestione standard:

- scostante
- senza strategia
- contenuti commerciali



- ## Community Building:
- strategia di contenuto
 - studio del target
 - dialogo con la community



Risultati

- +50 Contenuti creati
- +2 500% Interazioni su Instagram
- +8000 Followers su Instagram
- +2 Libri in top ten Amazon (categoria specifica)

Pro e contro?

Learnn

Pro

Una community:

- ci protegge;
- ci sostiene;
- è un asset aziendale;
- massimizza le performance degli altri canali;
- ottimizza e crea enormi risultati.

Learnn

Contro

- Ci vuole tempo
- Se non volete sfruttare i social non è necessario
- Richiede uno sforzo di risorse umane (e di conseguenza economiche) non indifferente
- Ci vuole competenza

Grazie!

Learnn