



Seminario

Digital marketing: social media e DEM

(direct email marketing)

PORTA FUTURO LAZIO



/



@pf lazio



portafuturo laz
pflazio

QUALI SONO I SOCIAL PIÙ ADATTI A UN'IMPRESA?



Facebook è il social dell'entertainment e dell'engagement generalista, che consente di integrare contenuti visivi (foto e video) e testuali, di diffondere **awareness** attraverso la condivisione da parte degli utenti stessi ed è molto performante per quanto riguarda l'advertising.



Instagram un visual social network, orientato alle immagini. Per implementare il proprio business è opportuno utilizzare immagini accattivanti e avvalersi di influencer di settore che aumentino la visibilità dell'impresa, amplificandone mood e prodotti.

QUALI SONO I SOCIAL PIÙ ADATTI A UN'IMPRESA?



Twitter è un social legato all'ascolto della community e permette di avere una **customer care efficiente**.

È il social di riferimento per testate giornalistiche o personaggi pubblici. È utile per lanciare hashtag e fare live twitting degli eventi.



LinkedIn è il social professionale per eccellenza, ideale per fare **networking** e **recruiting**. Oltre al profilo privato dell'imprenditore (che è fondamentale), è opportuno creare una pagina aziendale e utilizzarla come contenitore di post e articoli, condivisibili nella rete di riferimento.

QUALI SONO I SOCIAL PIÙ ADATTI A UN'IMPRESA?



YouTube è il social legato ai video.

I video suscitano negli utenti più engagement rispetto ad altri contenuti, perché sono molto condivisibili e portano alla viralità.

Tuttavia, se non si possiede un palinsesto che viene curato regolarmente e non sono contenuti facilmente declinabili, è più difficile utilizzarlo in ambito aziendale.

PERCHÈ UTILIZZARE I SOCIAL MEDIA?



Perché:

1. possono essere usati per integrare l'attività di customer service;
2. permettono di fare **storytelling**;
3. stimolano l'**engagement**, coinvolgendo gli utenti attraverso contest o challenge;
4. possono diventare uno strumento di diffusione **virale**, aumentano la **brand awareness**;
5. consentono di fare **advertising** attraverso campagne pubblicitarie;
6. per aumentare la visibilità in ambito digital, meglio esserci che non esserci e perché utenti e imprese utilizzano sempre di meno i canali offline.

PERCHÈ UTILIZZARE I SOCIAL MEDIA?

Perché oggi sono diventati indispensabili nel marketing mix di quasi tutte le tipologie di aziende, dalla PMI alla multinazionale.

Vediamo qualche dato...



REPORT 2020 - UTILIZZO SOCIAL MEDIA

Il 57% dei consumatori afferma che i social media influenzano il loro shopping e il 44% di questo 57% afferma che Facebook è il social media che li influenza di più rispetto agli altri.

JAN
2020

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, ADVERTISING AUDIENCES, OR UNIQUE MONTHLY VISITORS (IN MILLIONS)



DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2020

FACEBOOK: BUSINESS MANAGER E ACCOUNT PUBBLICITARIO

Il **Business Manager** è un gestionale all'interno del quale sono raccolte pagine, pixel, account pubblicitari, metodi di pagamento.

L'**account pubblicitario**, al quale è collegato un sistema di pagamento, serve per realizzare e pianificare campagne pubblicitarie con diversi obiettivi.

Questo account viene collegato al **Business Manager**.



FACEBOOK ADS



Su Facebook è possibile fare piccole sponsorizzazioni del singolo post o campagne molto strutturate.

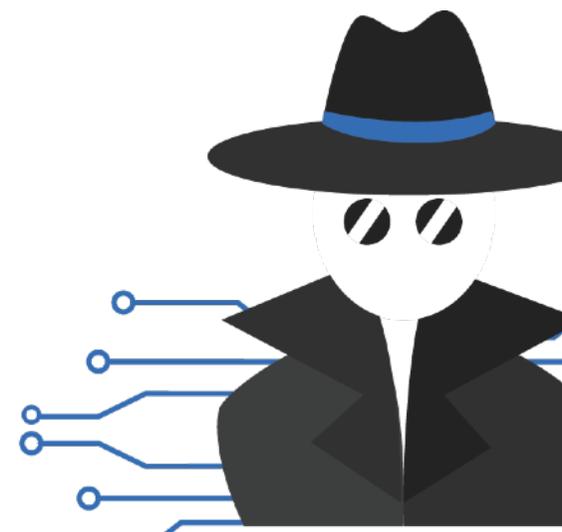
Le medesime campagne possono essere rivolte ai propri follower (implementando di fatto la portata organica dei post) o a un pubblico esterno alla pagina che, una volta intercettato, potrà fare determinate azioni ed essere invitato a seguire la pagina in seguito a una dimostrazione di interesse per l'attività.

FACEBOOK ADS

Facebook fornisce svariate opzioni di targeting basandosi su diversi dati come:

comportamenti online, interazioni con i contenuti, vari elementi demografici e geolocalizzazione.

I comportamenti di questi follower possono essere tracciati e questo consente di mettere in campo azioni di re-marketing.



FACEBOOK ADS

Quali sono gli *advertising objective*, ovvero le azioni che vogliamo che le persone compiano quando vedono le nostre FB ADS?

- **awareness**: il cui scopo è generare interesse verso il vostro prodotto o servizio;
- **consideration**: lo scopo è far sì che le persone inizino a pensare al vostro business e a cercare informazioni in merito;
- **conversions**: sono obiettivi che servono a incentivare le persone interessate ad acquistare o utilizzare il vostro prodotto o servizio.



FACEBOOK ADS

Una campagna su Facebook è composta da tre sezioni:

- **campagna:** si seleziona un **obiettivo** specifico. Una campagna contiene uno o più gruppi di inserzioni e una o più inserzioni;
- **gruppo di inserzioni:** indica all'inserzione la modalità di pubblicazione. In questa sezione verrà definito il **pubblico**, i **posizionamenti** e il **budget**;
- **inserzione:** è ciò che vede il pubblico. In questa sezione In questa viene definita la **creatività (visual e copy)**, il **formato**, il **copy** delle nostre inserzioni.

DEM E NEWSLETTER:
acquisire e fidelizzare
attraverso tecniche di
marketing diretto.

DEM E NEWSLETTER

DEM e Newsletter sono strumenti che rientrano in quello che è definito

E-mail marketing

Un tipo di marketing diretto che utilizza la posta elettronica come mezzo per comunicare messaggi - commerciali e non - a un determinato pubblico.



DEM E NEWSLETTER

Per le azioni DEM o l'invio di Newsletter è indispensabile un database marketing, possibilmente profilato e diviso in liste.

Come recupero le e-mail?

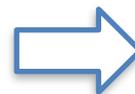
- Eventi (ai quali bisogna registrarsi);
- fidelity card;
- raccolta punti;
- compilazione form.



Sulla base di questi dati vengono create delle liste, suddivise per target. È importante che vengano spuntate le caselle sulla privacy.

DEM - Direct E-Mail Marketing

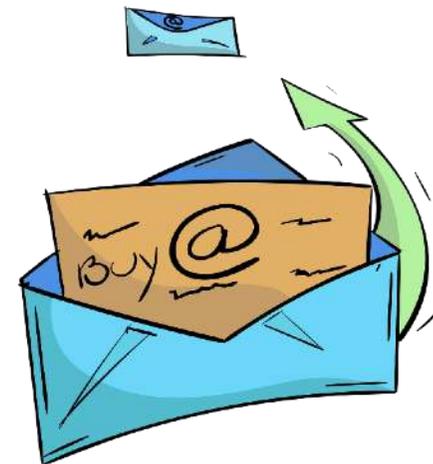
Una DEM è un annuncio pubblicitario, che si conclude con una Call To Action e ha l'obiettivo di acquisire nuovi clienti



AZIONE
PROSPECT

Come?

Portando l'utente su una landing page ad esempio per spingerlo (attraverso una grafica accattivante e contenuti mirati) a compiere un'azione con l'obiettivo finale di trasformarlo in un cliente.



Gli utenti che compiono l'azione verranno inseriti all'interno di liste specifiche nel database, per profilarli e strutturare il funnel

NEWSLETTER

Lavora su clienti già acquisiti e ha lo scopo di fidelizzarli, attraverso comunicazioni informative o di aggiornamento.



TOOL PER DEM / NEWSLETTER



VERSIONE DI PROVA

Invio max di 1000 e-mail al giorno per 30 giorni + SMS. Automazione messaggi via Facebook Messenger e Telegram



sendinblue

VERSIONE FREE

Invio max di 300 e-mail al giorno



mailchimp

VERSIONE FREE

Invio max di 2000 e-mail al giorno. Si integra con Wordpress

Dimostrazione Tutorial del Tool Mail-Up



mailup
BE RELEVANT

- Messaggi
- Database building
- Automation
- Destinatari
- Statistiche
- Configurazioni

Bentornato!
Ecco cosa sta succedendo nella tua lista...

Volumi di invio (EMAIL | SMS)

Periodo	Volumi di invio
2019-10	~1.400
2019-11	~2.500
2019-12	~3.000
2020-01	~1.400
2020-02	~2.500
2020-03	~2.400

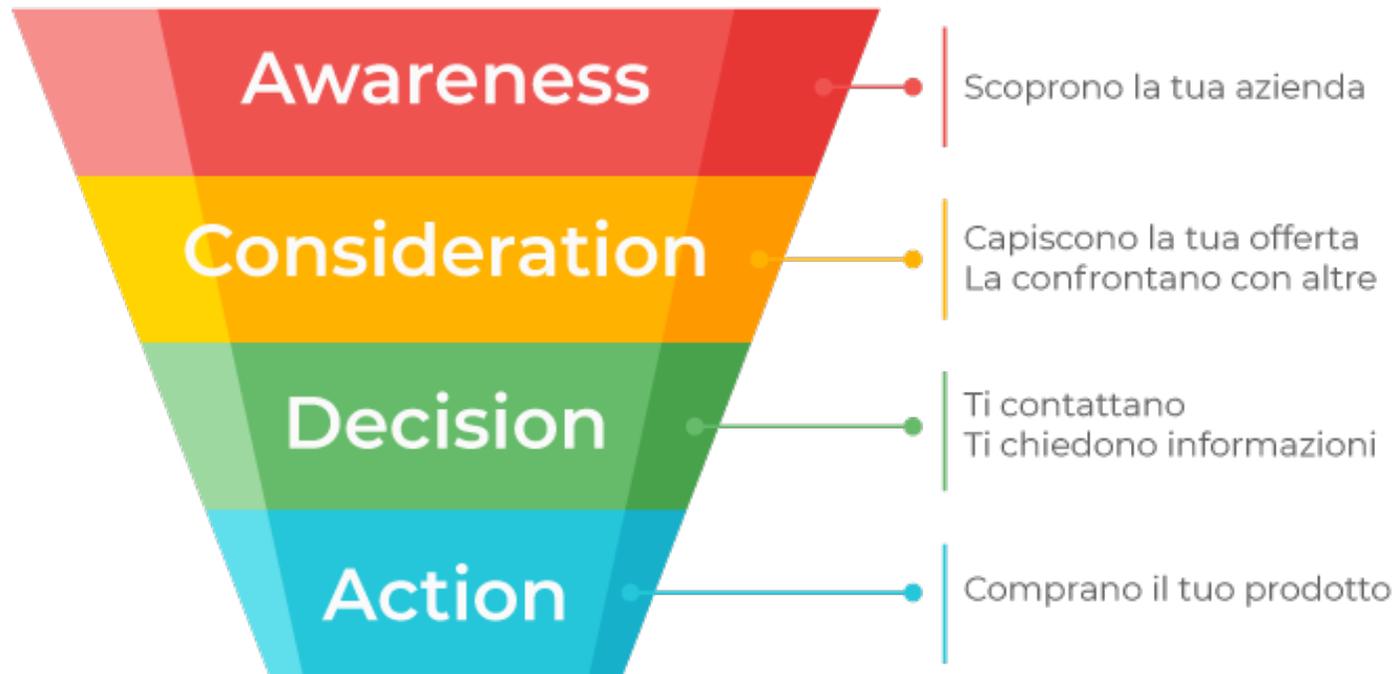
Ultimo invio

Destinatari	4.073
Aperture	12,5 %
Citi	0,9 %

Oggetto: Piccolo mondo: Menu Festa della D...
ID: 1294
Attiva Windows
Nessun'impostazioni per attivare Windows

CREDITI SMS

FUNNEL MARKETING



Seguici sui social



[/portafuturo lazio](#)



[@pf_lazio](#)



[pflazio](#)



Grazie per l'attenzione
www.portafuturo lazio.it

Le slide possono essere richieste inviando una email a info@portafuturo lazio.it