



SOCIAL MEDIA STRATEGY

Passi metodologici



Gerarchia

ESEMPIO

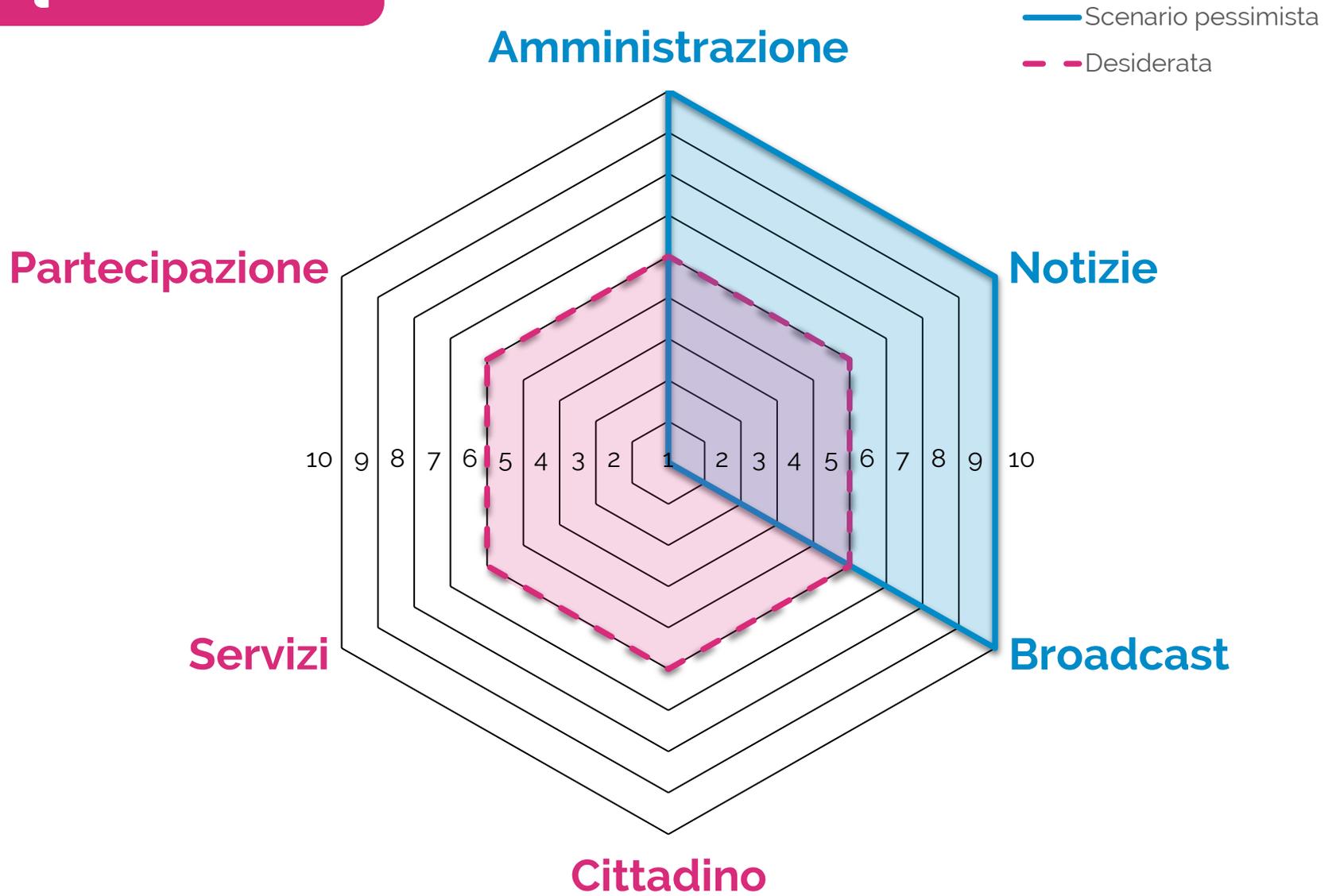
Documento Unico
di Programmazione

Piano della
Performance

Piano di
Comunicazione
Integrata

Social
Media
Strategy

Equilibrio



Spunti per la discussione



STRATEGY-MIX



- ✓ **Outbound**, modello tradizionale (es. pubblicità, notizie in bacheca, ...)
- ✓ **Inbound**, modello inverso in cui sono gli utenti a cercare le informazioni (passaparola, ottimizzazione contenuti, ...)



- ✓ **Proprietario** (es. la propria pagina Facebook, ...)
- ✓ **A pagamento** (es. le inserzioni con Facebook Ads, ...)
- ✓ **Guadagnato** (es. i contenuti generati dagli utenti, le menzioni, ...)



- ✓ **Consapevolezza** (es. esiste un'applicazione chiamata IO)
- ✓ **Interesse** (es. con l'applicazione IO puoi richiedere il Cash Back)
- ✓ **Azione** (es. installa e usa l'applicazione IO)



- ✓ **Indifferenziato** (es. contenuti generici per tutti i segmenti)
- ✓ **Concentrato** (es. contenuti mirati su uno specifico segmento, e usati per coinvolgere anche tutti gli altri)
- ✓ **Differenziato** (es. contenuti personalizzati per ciascun segmento)