



Cristiano Carriero

Content marketing per PMI: dalla strategia all'operatività in 45 minuti

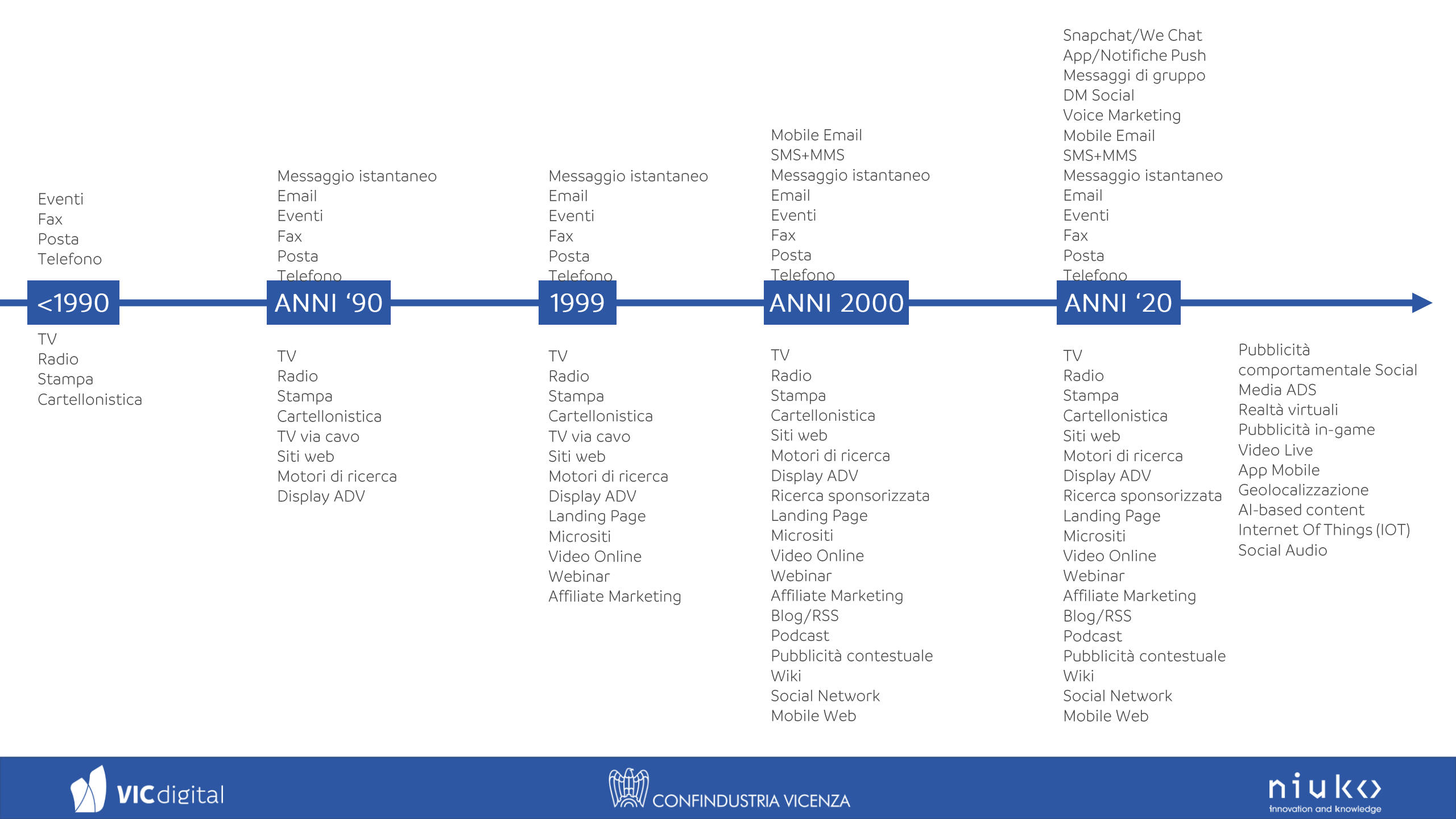


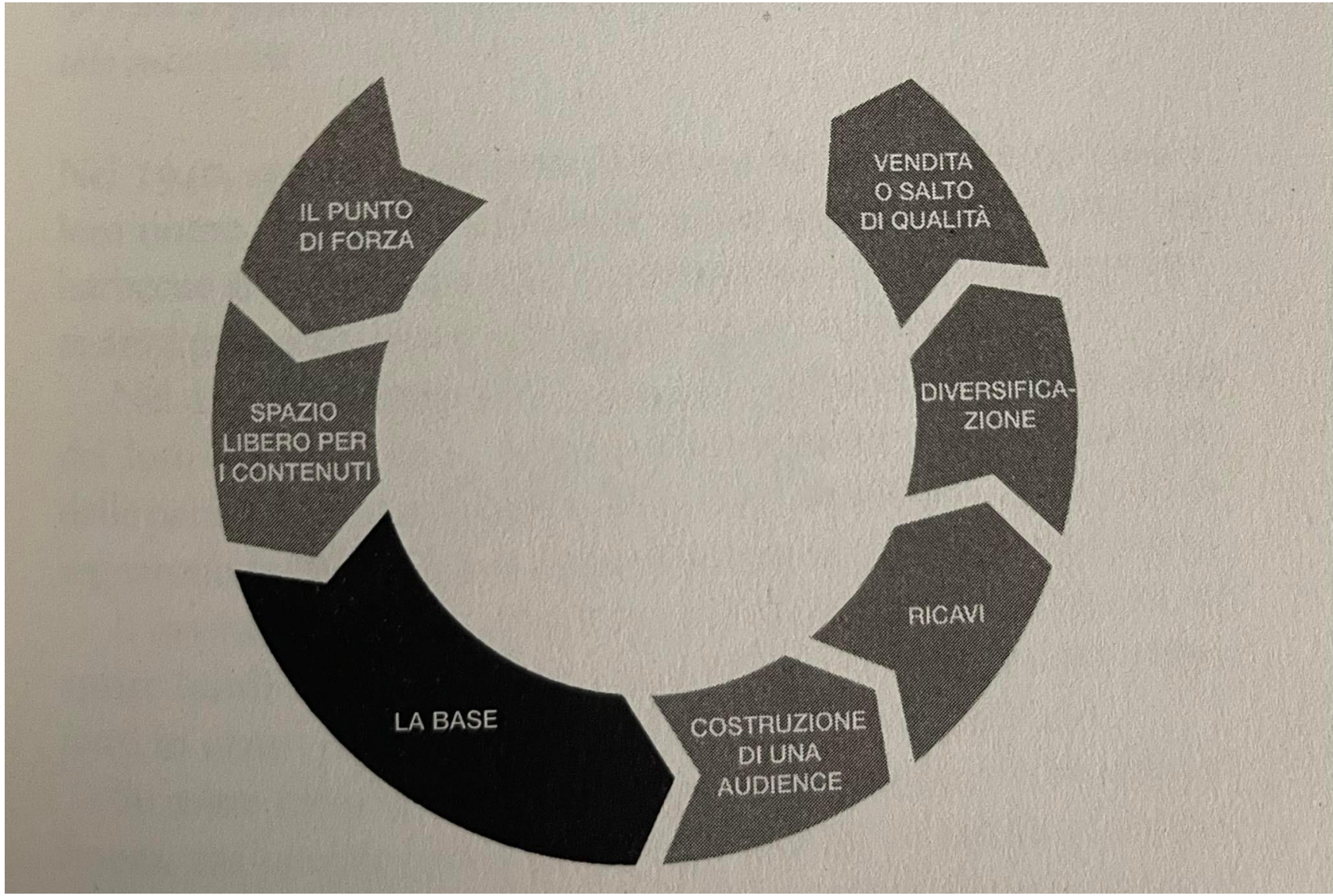
VICdigital



CONFINDUSTRIA VICENZA

niuko
innovation and knowledge







Martedì 12 aprile 2022 ore 11:30 – 12:30

Se tutto è Content:
come ideare e realizzare
contenuti per attrarre i clienti

Cosa scrivere e come:
tra casi di successo e Epic Fail da evitare.



VICdigital

0444232500

digitalmarketing@confindustria.vicenza.it

”

Il Content Marketing Institute lo definisce così:

*“...strategic marketing approach focused on creating and distributing **valuable, relevant, and consistent** content to attract and retain a clearly defined audience – and, ultimately, to drive profitable customer action.”*



LE CARATTERISTICHE

credibile

rilevante per il target

coerente con il brand,
l'audience e il contesto



A COSA SERVE

Trovare e mantenere IL pubblico di riferimento.
Il pubblico non deve essere generalista, ma specifico e definito.
Sapere a chi ci si rivolge per creare un contenuto
è fondamentale per creare contenuti coerenti e utili.

Vi dice qualcosa *“personas”*?



.....

OBIETTIVI

Stiamo parlando di marketing e di strategia. I contenuti non sono immuni agli obiettivi di marketing. Al contrario servono per raggiungerli.

Sono il mezzo che accompagna le persone attraverso il **buyer's journey**.

CONSAPEVOLEZZA DI MARCA

Possibili indicatori: traffico sul sito internet, visualizzazioni delle pagine, visualizzazioni dei video, visualizzazione dei documenti, download, conversazioni sui social media, link di riferimento.

COINVOLGIMENTO

Possibili indicatori: commenti sui blog, like, condivisioni, tweet, inoltri, link inbound.

GENERAZIONE E PROMOZIONE DI CONTATTI

Possibili indicatori: compilazione di moduli e download, abbonamenti e newsletter, iscrizioni ai blog, tasse di conversione.

VENDITE

Possibili indicatori: vendite online, vendite offline, reporting manuale e aneddoti.

MANTENIMENTO E LEALTÀ DEI CLIENTI

Possibili indicatori: percentuale di contenuti consumati dai clienti in essere, tassi di ritenzione e rinnovo.

UP-SELLING O CROSS- SELLING

Possibili indicatori: vendite di nuovi prodotti o nuovi servizi.

I CONTENUTI POSSO QUINDI ESSERE
IL PUNTO DI UNIONE
TRA BRAND E PERSONE





Lo storytelling
è un'impresa

20 domande
per trovare
la tua storia

lacontent.it

la
CONTENT

1

Perché ho deciso di raccontarmi?

Pensieri e idee al pancia

mettere insieme le IDEE!



4

Che problema risolvo?



19

Quale promessa voglio fare e mantenere?



GOALS

Quali sono i suoi obiettivi? Che vantaggi si aspetta dalla nostra soluzione?

Imparare una professione	Arricchire il mio CV	Prepararsi a un colloquio di lavoro	Trasferire la mia professionalità nel mondo digital	Diventare un professionista
Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore
Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore

PAIN

Quali sono i principali problemi, paure, frustrazioni che la buyer personas vive sulla propria pelle?

Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro
Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro
Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro

Archetipo
LA "CHE ME NE FACCIO DI STA LAUREA?"

Nome: **AURORA**

Cognome: **Napolitano**

Professione: **Disoccupata**

Età: **22-28**

Diagnosi da: **NOME**

Data di compilazione: **DATA**

DEMOGRAPHIC

Quali sono le caratteristiche demografiche, le abitudini e le uscite utili all'identikit della buyer personas?

22-28

Letture, scrittura, sport

Non lavora, ma ha fatto uno stage in agenzia

Laurea in Lettere e Scienze Umane

Ha un cane di nome Aurora

Indirizzo: **Napoli**

Professione: **Disoccupata**

CHANNELS

Quali canali adotta per soddisfare i propri bisogni, per informarsi e per formarsi?

Social media (IG, TikTok)

Newsletter (di ricerca)

Podcast

Webinar gratuiti

Archetipo
LA "CHE ME NE FACCIO DI STA LAUREA?"

Nome: **AURORA**

Cognome: **Napolitano**

Professione: **Disoccupata**

Età: **22-28**

Diagnosi da: **NOME**

Data di compilazione: **DATA**

GOALS

Quali sono i suoi obiettivi? Che vantaggi si aspetta dalla nostra soluzione?

Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore
Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore
Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore	Essere un leader nel mio settore

PAIN

Quali sono i principali problemi, paure, frustrazioni che la buyer personas vive sulla propria pelle?

Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro
Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro
Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro	Difficoltà a trovare un lavoro

Archetipo
L' "HOME MADE FREELANCE"

Nome: **Alessio**

Cognome: **Fasano**

Professione: **Social Media Manager Freelance**

Età: **27-40**

Diagnosi da: **NOME**

Data di compilazione: **DATA**

DEMOGRAPHIC

Quali sono le caratteristiche demografiche, le abitudini e le uscite utili all'identikit della buyer personas?

27-40

SM, scrittura, calcio

Social Media Manager freelance

Bari

Laurea in Lettere e Scienze Umane

Indirizzo: **Bari**

Professione: **Social Media Manager Freelance**

CHANNELS

Quali canali adotta per soddisfare i propri bisogni, per informarsi e per formarsi?

Social Media (IG+FB+LI)

Newsletter

Blog di settore

Influencer di settore

Eventi

Libri di settore

Podcast

Archetipo
L' "HOME MADE FREELANCE"

Nome: **Alessio**

Cognome: **Fasano**

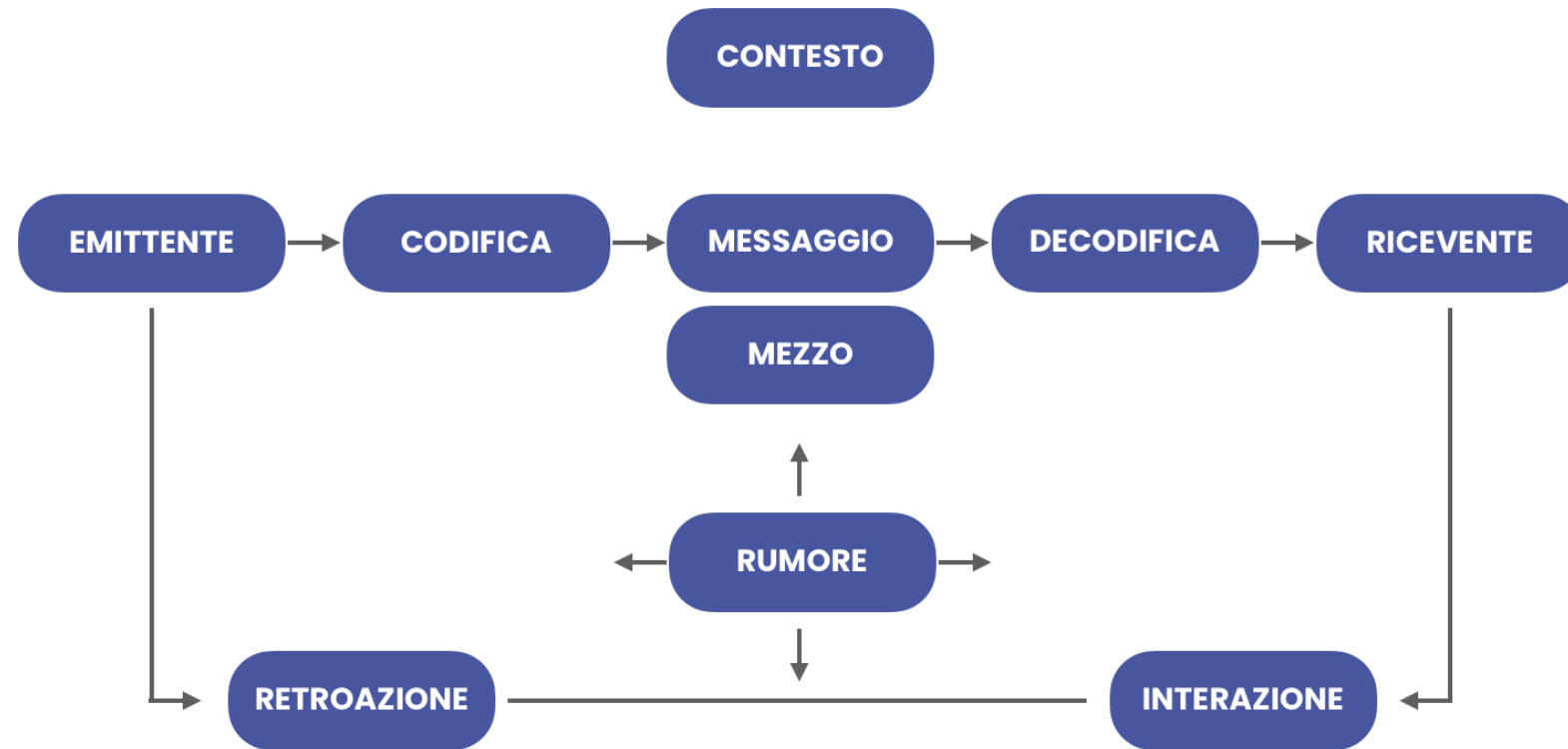
Professione: **Social Media Manager Freelance**

Età: **27-40**

Diagnosi da: **NOME**

Data di compilazione: **DATA**

Cum (con) e munire (legare, costruire), comunico, ^[L]_[SEP]
cioè METTERE IN COMUNE, far partecipe qualcuno riguardo qualcosa



[Fonte: Philip Kotler, Marketing management]





LE STORIE



Tell me the facts and I'll learn.
Tell me the truth and I'll believe.
But tell me a story and it will live
in my heart forever.

-An old Native American proverb

QUALI CONTENUTI?

GLI STEP DI UN PROGETTO

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

DEFINIZIONE DI UN PUBBLICO

STORY LISTENING

SCELTA DEI CONTENUTI E DEI CANALI DI DISTRIBUZIONE

TONO DI VOCE

IDEA DI STORIA

STORYTELLER/BLOGGER/INFLUENCER

DIFFUSIONE

MONITORAGGIO

GLI STEP DI UN PROGETTO

<p>AUTORE – STORYTELLER</p> <p>Chi sei tu e chi vuoi diventare</p>	<p>STRUTTURA - STORY</p> <p>Cosa racconti</p>	<p>LINGUAGGI - SET</p> <p>Come ti rappresenti visivamente, quali colori, immagini e simboli</p> <p>Testuali:</p> <p>.....</p>	<p>STRUMENTI -SET</p> <p>Cosa usi per il tuo racconto-comunicazione</p> <p>Carta:</p> <p>Web:</p> <p>TV:</p>
<p>PUBBLICI STORYLISTENER</p> <p>A chi comunichi e racconti: chi è, cosa fa, cosa vive (sua storia di vita)</p>	<p>QUALE TENSIONE - SHOW</p> <p>Cosa ti candidi a risolvere</p>	<p>Visivi:</p> <p>.....</p>	<p>Radio:</p> <p>Social Media:</p> <p>Relazione:</p> <p>Altro:</p>
<p>TEMPI:</p>			


Tratto da: A. Fontana, Storytelling For Dummies, Hoepli 2017 ©

A blue-tinted photograph of a spiral staircase viewed from above. The staircase is composed of concrete or stone steps that curve inward, creating a circular pattern. The center of the staircase leads to a bright, circular opening at the top, which is the sky. The overall mood is serene and architectural. The text 'FORME E PRODOTTI' is overlaid in the center in a white, sans-serif font.

FORME
E PRODOTTI

DIGITAL STORYTELLING

Usare l'arte del comunicare attraverso il racconto con il supporto di tutti gli strumenti messi a disposizione dal digitale. Intrattiene, fidelizza, fa conoscere un brand.



imielidigiorgiopoeta • Segui già
Fabriano

imielidigiorgiopoeta Apri la bocca, e chiudi gli occhi. Tutta la natura che puoi immaginare in un sol boccone.

#imielidigiorgiopoeta #bee #beekeepers #beeslover #apiary #organic #organichoney #nature #miele #mieleitaliano #api #apicolturaitaliana #apicoltura #apicoltore #honeydetail #closeup #beeswork #miele 🍯 #favo #mieleinfavo

2 sett.

ljubaantonelli_yr 🍯
2 sett. Mi piace: 1 Rispondi
— Visualizza le risposte (1)

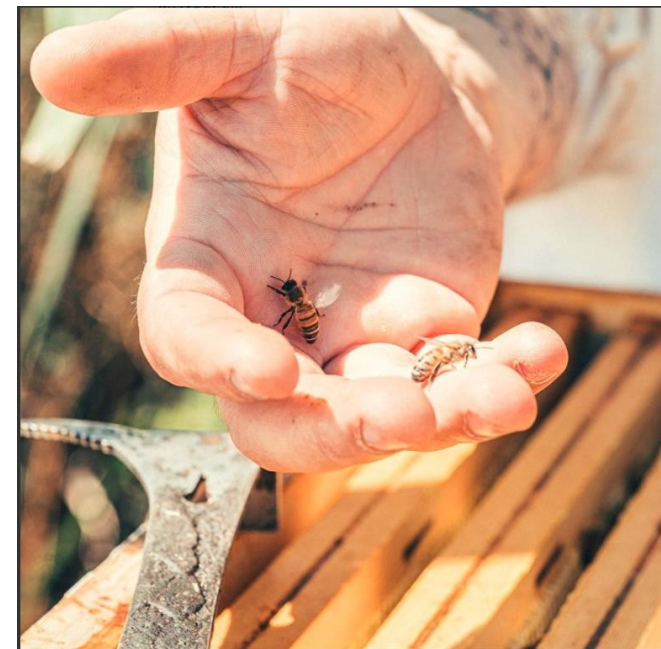
agri_maps Salve, ci farebbe piacere inserirvi all'interno della nostra pagina.
2 sett. Mi piace: 1 Rispondi

dotssalomardini Top! 🍯🍯🍯
2 sett. Mi piace: 1 Rispondi
— Visualizza le risposte (1)

👍 🗨️ 📌

👤 Piace a **ale_piemontese** e altri 266
6 OTTOBRE

😊 Aggiungi un commento... Pubblica



imielidigiorgiopoeta • Segui già
Fabriano

imielidigiorgiopoeta Non esiste miele, né propoli, né polline e né cera, senza api. Non esiste vita, senza api. Salvaguardare, producendo il nostro miele in modo etico e sostenibile. Il nostro impegno quotidiano.

#imielidigiorgiopoeta #bee #beekeepers #beeslover #apiary #organic #organichoney #nature #miele #mieleitaliano #api #apicolturaitaliana #apicoltura #apebottinatrice #apicoltore #apiculture #rispettiamoleapi #beeslover #stagioneapistica2021 #vitadaapicoltore #lavorareconleapi

23 h

donatiletizia Ne alberi o piante se non ci sono api ke impollinano! 🍯
19 h Rispondi

👍 🗨️ 📌

👤 Piace a **elisa.mammabonbon** e altri 101
23 ORE FA

😊 Aggiungi un commento... Pubblica



frantoiomuraglia · Segui già ...

frantoiomuraglia L'olio Fumo è stata la nostra più grande scommessa. Un viaggio di ricerca, studi e meditazione lungo tre anni, avendo come meta il perfetto punto di equilibrio tra sapori e profumi.

- FUMO has been our biggest bet. A journey of research, study and meditation that lasted three years, having as its goal the perfect balance between flavors and fragrances.

2 g

carmelo_paolicelli 🍷

2 g Rispondi

Placa a angeladonghia e altri 103

2 GIORNI FA

Aggiungi un commento... Pubblica



frantoiomuraglia · Segui già ...

frantoiomuraglia Rendi unico il tuo giorno speciale. Scegli un regalo che resta, indimenticabile. Scopri come personalizzare gli Orci Bomboniera di Frantoio Muraglia, ti aspettiamo in direct.

- Make unique your special day. Choose a an unforgettable gift Discover how to customize the Jars of Frantoio Muraglia, we are waiting for you in direct.

-

-

#frantoiomuraglia
#olioextraverginedioliva
#extravirginoliveoil
#wedding
#weddinggift
#bomboniere
#matrimoni
#madeinitaly
#ceramicapugliese
#ceramic

1 sett.

merline.bzh 🍷 Bellissime queste bomboniere @frantoiomuraglia ! Terracotta dal design unico, fatte da artigiani. Personalizzate, sono regali unici per eventi importanti della vita. Adoro! 💖

1 sett. Mi piace: 1 Rispondi

Placa a lacontent_ e altri 321

14 MARZO

Aggiungi un commento... Pubblica



mirtillo_rosso_hotel · Segui

mirtillo_rosso_hotel Felicità e meraviglia meglio goderselo tutti i mesi! Buon 25! ❤️❤️❤️

12 sett.

bambiniconlavaligia la magia ❤️

12 sett. Mi piace: 1 Rispondi

Visualizza le risposte (1)

storiedicibo_nadiatoppino 🍌🍌🍌

12 sett. Mi piace: 1 Rispondi

Visualizza le risposte (1)

tatiana.tambaro Sono onesta non ricordavo il nome di questa ragazza (sono un disastro con i nomi 🤦), ma tutti noi ricordiamo con quanta dolcezza e simpatia ci ha accompagnati in escursione! Quindi ti salutiamo con affetto Elisa!

12 sett. Mi piace: 1 Rispondi

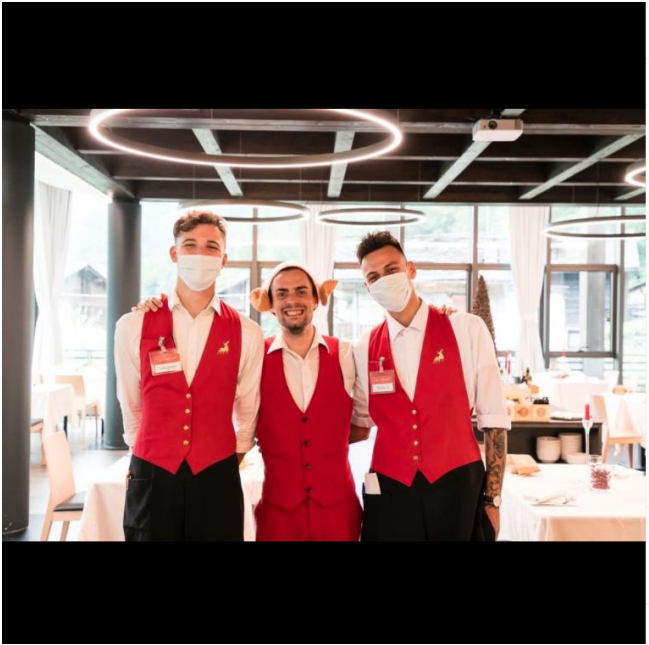
Visualizza le risposte (1)

👍 🗨️ 🚩

👤 Piace a **lorenzoplume** e altri 358

25 LUGLIO

😊 Aggiungi un commento... Pubblica



mirtillo_rosso_hotel · Segui

Mirtillo Rosso Family Hotel

mirtillo_rosso_hotel Cari ospiti di Mirtillo, oggi avete fatto un regalo a 13 bambine e bambini, delle nostre terre, che vivono in condizioni difficili. Per ogni prenotazione che avete fatto direttamente a Mirtillo Rosso, senza passare da Booking.com, raccogliamo 5€ per persone che hanno bisogno di aiuto.

Quest'anno abbiamo risposto alla Fondazione Valsesia e alla Croce Rossa di Gattinara che ci hanno segnalato la devastante povertà educativa a cui i bambini delle famiglie più indigenti sono costrette dalle circostanze. È stato costituito un fondo di 3000€ presso la Fondazione Valsesia che la Croce Rossa ha già investito per dotare 13 bambini di tablet, connessione internet e supporto pratico per partecipare alla didattica a distanza.

Sono molte le sfide che il presente ci sollecita: lavoro, ambiente, pari opportunità e disuguaglianze. Vogliamo occuparci della nostra attività dando il nostro contributo in ciascuno di questi ambiti.

Grazie a voi che scegliendoci date energia al nostro lavoro e ai nostri progetti. <3

#mirtilloexperience #mirtillorossofamilyhotel #familyhotel #valsesia #rivavaldobbia #alagnavalsesia #piemonte #piemontedascoprire #piemonteturismo #visitmonterosa #familytime #familyfirst #familytravel #familytrio #italia

👍 🗨️ 🚩

👤 Piace a **lorenzoplume** e altri 280

12 DICEMBRE 2020

😊 Aggiungi un commento... Pubblica



kobowritinglifeit • Segui già

kobowritinglifeit Marguerite Duras è stata tra le più grandi intellettuali e scrittrici francesi dello scorso secolo. Viene ricordata oggi come la donna del desiderio, dell'eccesso e del dolore: un vero uragano di sentimenti pronto a colpire i lettori e le lettrici con la forza delle parole.

Per Marguerite la scrittura era l'unica espressione possibile per descrivere la realtà, per rivelare il senso della vita e decifrare i piccoli e grandi misteri quotidiani. Dedicò la sua esistenza alla conoscenza attraverso l'esperienza, al superamento dei propri limiti e alla condivisione delle sue scoperte mediante la #scrittura.

Tra le sue opere più celebri ricordiamo "L'amante" del 1984 e "Una diga sul Pacifico" del 1950.

Avevi mai letto un suo libro?

#KWLItalia #KoboWritingLife #autopubblicarsi
#autopubblicazione #passionescrittura #scrivereunlibro

4 g

anna_esposito68 L'amante è uno dei miei libri del cuore

1 g Rispondi

Place a vale_fumo e altri 114

4 GIORNI FA

Aggiungi un commento... Pubblica



kobowritinglifeit • Segui già

kobowritinglifeit L'avventura più bella da raccontare è quella che stai vivendo.

Gli amori lontani si nutrono di attese trepidanti, fantasie sentimentali e scorci da vista ruota panoramica. L'amore è il motore dell'atto creativo, lasciatvi ispirare dal sentimento in grado di muovere persino il sole e le stelle.

Qual è la storia che scriverai oggi?

#KWLItalia #KoboWritingLife #autopubblicarsi
#autopubblicazione #passionescrittura #scrivereunlibro

7 sett.

Place a ilcarriero e altri 56

14 FEBBRAIO

Aggiungi un commento... Pubblica

CONTENT MARKETING

Progettare e creare contenuti a supporto del customer journey. Contenuti di valore per attrarre, acquisire e coinvolgere una target audience chiara e definita.

Dai il benvenuto ai nuovi clienti

Dai il benvenuto ai clienti e assegna loro un tag dopo il primo acquisto.

Anteprima



Elementi nel template

8

Usa template

Dai il benvenuto ai nuovi contatti

Dai il benvenuto ai nuovi contatti appena si iscrivono.

Anteprima



Elementi nel template

5

Usa template

Serie carrello abbandonato

Invia una serie di promemoria ai clienti che non completano l'acquisto.

Anteprima



Elementi nel template

7

Usa template

Upselling

Incoraggia nuovi clienti ad acquistare ulteriori prodotti o upgrade.

Anteprima



Elementi nel template

6

Usa template

Follow-up post-vendita

Ringrazia i clienti per gli acquisti effettuati.

Anteprima



Elementi nel template

5

Usa template



La Great Resignation (o lo sfastidio)

Il nuovo mercato del lavoro di fronte alla scoperta – ma va? – che si vive una volta sola.



cristiano carriero

Oct 9   

È un periodo bizzarro per il mercato del lavoro, non so se lo hai notato anche tu. Il post pandemia e la **YOLO** economy – Yolo sta per **You Only Live Once**, si vive una volta sola, *bella scoperta* ma pare che fino a un anno fa pensavamo di essere immortali¹ – hanno portato molte persone a riflettere attentamente sul proprio lavoro. Non solo sullo stipendio e sulle gratificazioni, ma in generale sulla soddisfazione o sulla frustrazione, che a volte diventa anche esasperazione. Una cosa è certa, le regole sono state riscritte e le dimissioni sono aumentate. “Lo sfastidio è grande sotto il cielo”, scrive Corinna De Cesare in [questo articolo](#) per il Corriere Della Sera, in cui parla della **Great Resignation**, termine coniato da **Anthony Klotz**, professore di Management alla Mays Business School del Texas, per raccontare quello che sta succedendo soprattutto negli Stati Uniti con un record di dimissioni registrate a marzo 2021.



479

TOTAL VIEWS

4 shares after reading this

406

EMAIL RECIPIENTS



51%

OPEN RATE
452 OPENS

CLICK RATE

- 14% of openers clicked a link
- 5% <https://www.eventbrite.it/e/biglietti-la-classe-di-story...>
- 4% <https://www.newyorker.com/magazine/2021/10/18/its-...>
- 3% <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2021/10/fa...>
- 3% [Like button](#)
- 2% <https://lacontent.it/la-circle/More>



Carica i file

O seleziona una cartella

Titolo

Messaggio



Ottieni un link

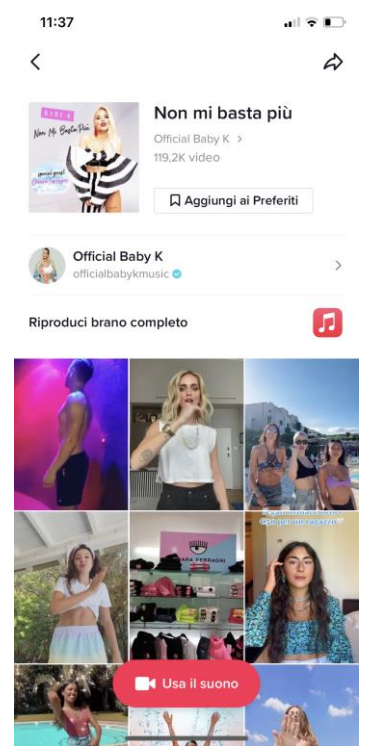
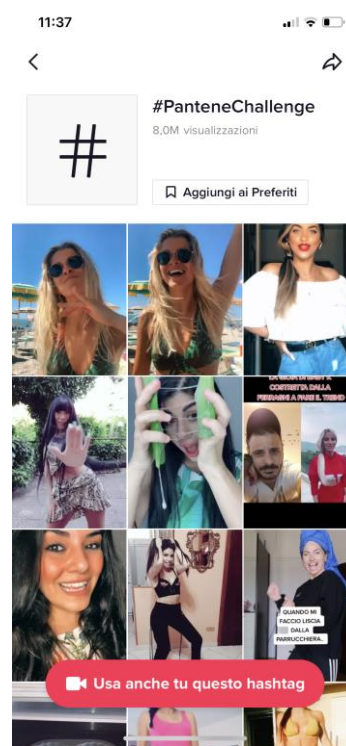
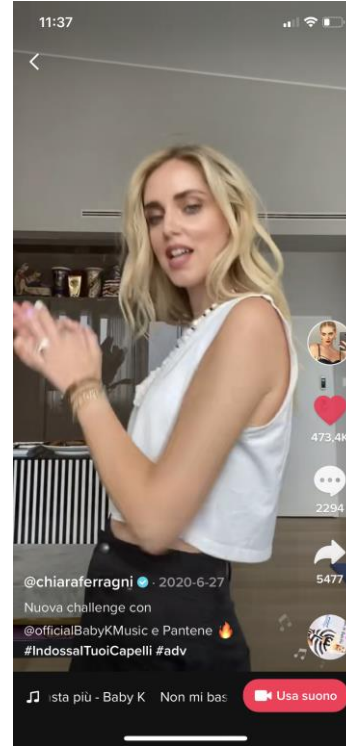


27-29 maggio

**Storytelling, content, copywriting
e social media marketing per il più grande
evento del Sud!**

Ci sarà un'autostrada là
Appena entrati dal casello
come per magia
Ecco appare un AUTOGRILL
Rotta per casa di Dio
Ci siam fottuti la festa
Rotta per casa di Dio
Però che notte diversa
Tutti con in mano birra
e CAMOGLI noi

Tu fra queste bambole sembri Ken
Ti ho in testa come PANTENE
Sei una ruota da lunedì fino
al weekend.



PANTENE



QUEST'ESTATE
INDOSSA
I TUOI CAPELLI

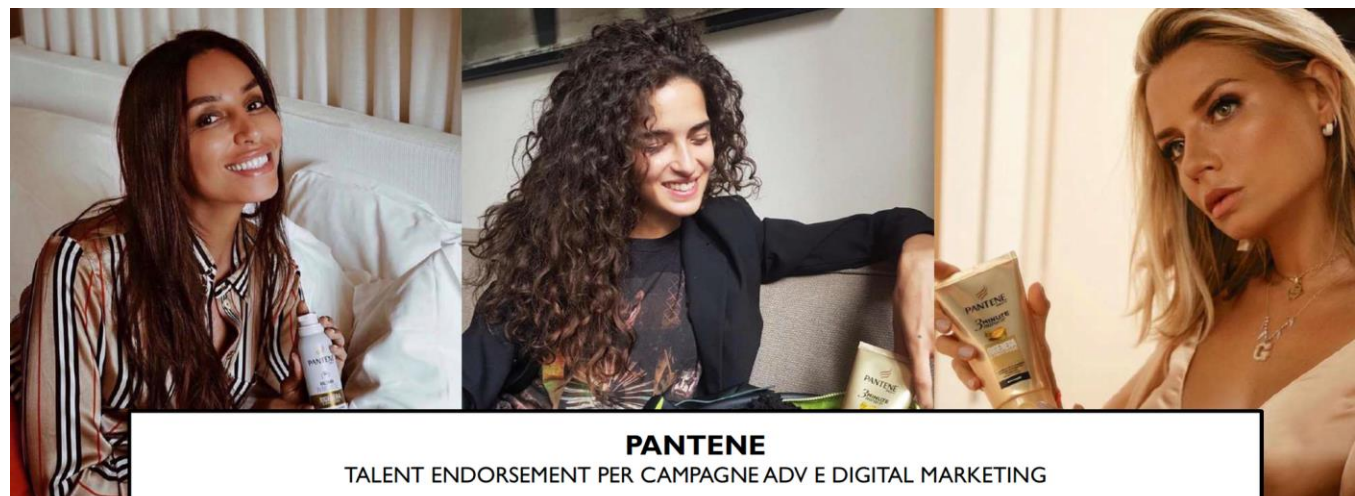


PANTENE TALENT ENDORSEMENT PER CAMPAGNA ADV

ABBIAMO UNITO IN UNA COLLABORAZIONE ARTISTICA CHIARA FERRAGNI E BABY K, REALIZZANDO UNA HIT ESTIVA AD HOC PER LA CAMPAGNA SUMMER DI PANTENE.

IL SINGOLO «NON MI BASTA PIÙ» HA RAGGIUNTO IL DOPPIO DISCO DI PLATINO E LA CAMPAGNA ADV È STATA UNA DELLE PIÙ RILEVANTI SUL MERCATO ITALIANO DEL 2020.

[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH/V=0EQIL833G60](https://www.youtube.com/watch?v=0EQIL833G60)



PANTENE TALENT ENDORSEMENT PER CAMPAGNE ADV E DIGITAL MARKETING

-SUPPORTIAMO LE DONNE NELLE LORO BATTAGLIE E MOMENTI PIÙ IMPORTANTI:

- OLTRE 100 ATTIVAZIONI NEGOZiate

SVILUPPIAMO CAMPAGNE RELATIVE A TEMI SOCIALI, COMBATTENDO FIANCO A FIANCO CON I NOSTRI CONSUMATORI:

- #HAIRHASNOGENDER (campagna a supporto della comunità transgender)
[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH/V=8-IVZVT67WG](https://www.youtube.com/watch?v=8-IVZVT67WG)

ALCUNI DEI TALENTI COINVOLTI:

[CHIARA FERRAGNI](#): 20,1 MLN FOLLOWERS SU IG

[BABY K](#): 780K FOLLOWERS ON IG

[VERONICA FERRARO](#): 1 MLN FOLLOWERS SU IG

[CHIARA SCELSI](#): 172K FOLLOWERS SU IG

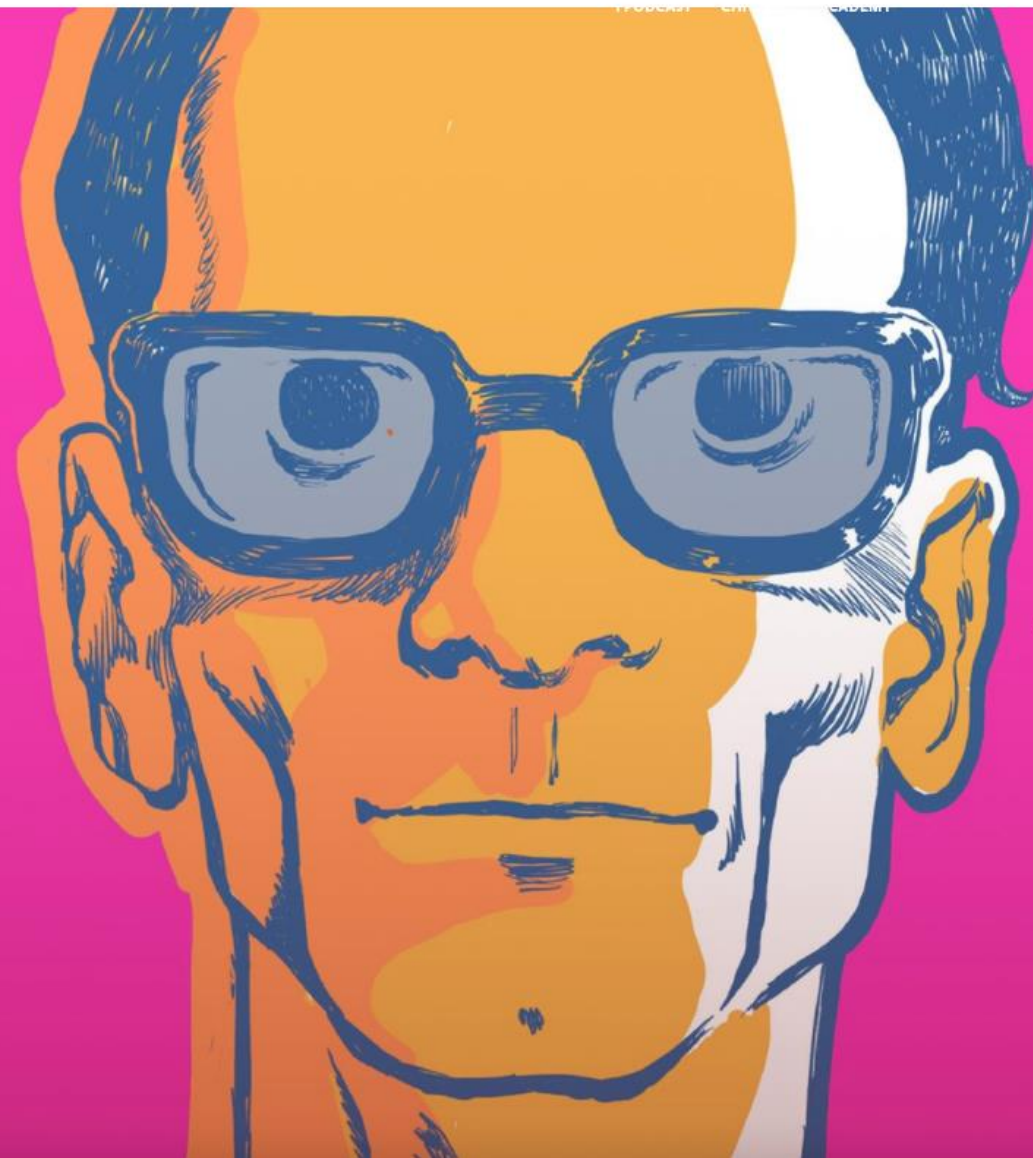
[CARLOTTA RUBALTELLI](#): 352 K FOLLOWERS SU IG

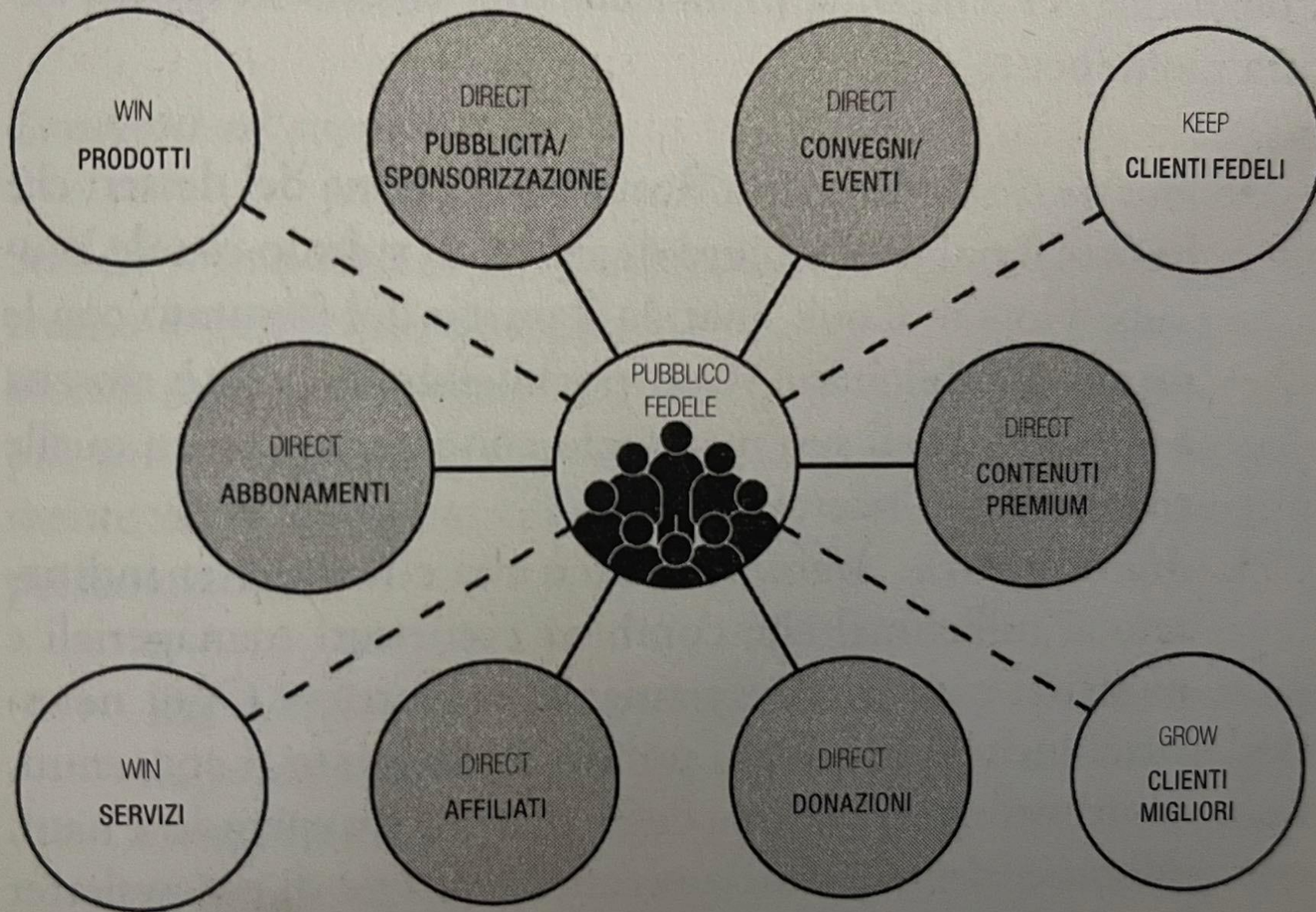
[LEA T](#): 146K FOLLOWERS SU IG

CHORA

PERCHÉ PASOLINI?

Prodotto da ARCHIVIO LUCE e realizzato da CHORA MEDIA







LE RISORSE (umane)



OPERATION MANAGER



ACCOUNT



STORYTELLER



CONTENT STRATEGIST



VISUAL IDENTITY EXPERT



MANAGING EDITOR



CONTENT EDITOR



MULTIMEDIA PRODUCER



SOCIAL MEDIA SPECIALIST



WEB DEVELOPER



COPYWRITER



COMMUNITY MANAGER



INFLUENCER MARKETING SPECIALIST



PR SPECIALIST



SEO SPECIALIST



BIDDABLE EXPERT



FUNNEL EXPERT



EVENT MANAGER

Q&A



VICdigital

0444232500

digitalmarketing@confindustria.vicenza.it