



07
DIECI

Il mezzo è il messaggio.



Marshall McLuhan

Sociologo e filosofo canadese
(1911 - 1980)

GLI STRUMENTI ONLINE

Ogni azienda può avvalersi di diversi strumenti di comunicazione per accrescere il proprio valore e per sostenere le vendite dei prodotti.

Tra questi, gli strumenti online annoverano: siti internet, social media, blog, piattaforme di live streaming e condivisione, newsletter, instant messaging, ...

Una combinazione coerente e sinergica può rafforzare l'immagine del brand e imprimerla nella memoria del pubblico, diffondendo la conoscenza dell'azienda e favorendone giudizi e percezioni positive.





FOCUS PUNTI FORTI

Tips da adottare nella tua comunicazione online:

- › fornisci informazioni web per essere trovato da chi cerca progetti inerenti al tuo settore
- › più coinvolgi con la tua comunicazione online, maggiore sarà l'autorevolezza e la credibilità delle tue iniziative
- › indirizza i destinatari delle azioni sul territorio sui canali digitali per seguire aggiornamenti ed evoluzioni
- › pubblica informazioni online dopo gli eventi, in modo che i partecipanti ti seguano anche nelle iniziative future



LINK UTILI CONTENUTI ONLINE



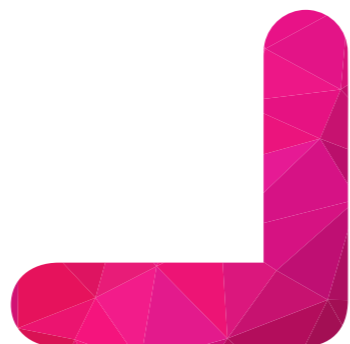
APPROFONDIMENTI

- › [Mezzi e canali di comunicazione](#)
- › [I principali strumenti di una comunicazione digitale](#)
- › [I canali di comunicazione con la clientela | Quadient](#)
- › [Le 3 C del social media marketing: contenuto, community, commercio](#)



VIDEO

- › [Quali canali social utilizzare nella tua strategia di marketing](#)



STRUMENTI UTILI

- › [Come iniziare a vendere online da zero?](#)
- › [Come scegliere i canali social più adatti al tuo business](#)
- › [Come trovare clienti grazie a nuovi canali di acquisizione](#)
- › [Alcuni canali di comunicazione sono davvero morti? Ti spiego come capirlo!](#)



5 TAPPE PER INIZIARE LA COMUNICAZIONE ONLINE

01

SCELTA DEI CANALI

Ti evita spreco
di risorse preziose,
tempo e denaro.

02

APERTURA DEI CANALI

Inizia quando disponi
di tutti i dati aziendali
e dell'immagine
coordinata.

03

CONFIGURAZIONE DEI CANALI

Ognuno è diverso,
segui le linee guida
di ciascuno.

04

DEFINIZIONE DEL MIX PROMOZIONALE

Pubblicità, promozione
delle vendite, vendita
personalizzata
e pubbliche relazioni.

05

MISURAZIONE DEI RISULTATI

Per confrontare
gli strumenti online
di maggiore resa.

SUGGERIMENTI NON DIMENTICARTI DI ...

Ricorda la **Regola delle 3C** sui requisiti
fondamentali del commercio online.



COMMUNITY

Creare un rapporto
di coinvolgimento
e dialogo
con il pubblico.



CONTENT

Produrre e offrire
valore condividendo
contenuti freschi
e utili.



COMMERCE

Generare attenzione
e curiosità per
generare traffico,
visite e vendite.

CASE STUDY UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

Pensare multicanale:
Dumb Ways to Die (pubblicità progresso)

Tema della campagna 2012:
sensibilizzare i cittadini sul tema
delle morti accidentali sui binari dei
treni della metropolitana di Melbourne.

Caratteristiche del progetto
[Dumb Ways to Die - Wikipedia](#)

Il progetto, 12 anni dopo
[Dumb Ways to Die: da spot
di viral marketing a brand | Caso studio](#)



01

Identità d'impresa

02

Identità di prodotto

03

posizionamento

04

concorrenza e co-marketing

05

obiettivi della comunicazione

06

strumenti offline



08

contenuti

09

piano di comunicazione

10

piano editoriale