

## **COSA FACCIAMO**





#### **ADVERTISING**

Progettiamo le **campagne di comunicazione** per il tuo pubblico.



#### WEB/SOCIAL

Definiamo le **strategie digitali** per la tua reputazione online, dal sito ai social.



#### **BRAND IDENTITY**

Costruiamo insieme a te l'**identità** più coerente per il tuo business.



#### STRATEGY

Offriamo **consulenza** per la definizione dei tuoi obiettivi.



#### COPYWRITING

Riempiamo di **parole** ricche di significato ogni tuo contenuto.



#### **FORMAZIONE**

Aiutiamo le aziende a **comprendere** meglio il mondo della comunicazione.









## **CON CHI**













MANDARINA DUCK



**FOSCARINI** 























mercoledì 15 giugno 2022 Pagina 38

#### L'AMACA

Michele Serra

### La dittatura della presenza

elle ricorrenti discussioni sui social a proposito della messa in piazza delle vicende sanitarie delle celebrità (ultimo caso la psicoterapia di Fedez), ogni tanto qualcuno tira in ballo l'importanza di "uno spazio intimo, privato", e ne biasima la violazione. Ma esiste ancora, il concetto di intimità e di privatezza? Da quanti viene percepito, da quanti no? Indica qualcosa di desueto, anacronistico, come certe parole che non si usano più, a meno di voler indicare di proposito "i vecchi tempi"? Me lo domando spesso, e non so rispondere. Il concetto di privacy è stato promosso a categoria legale, con tanto di autorità competenti, ma riguarda sostanzialmente l'assetto commerciale della condizione umana. È, diciamo così, uno stratagemma difensivo, una trincea (molto violabile, ahimè) per l'uomo ridotto a cliente e assediato dai call center, dal traffico dei dati personali.

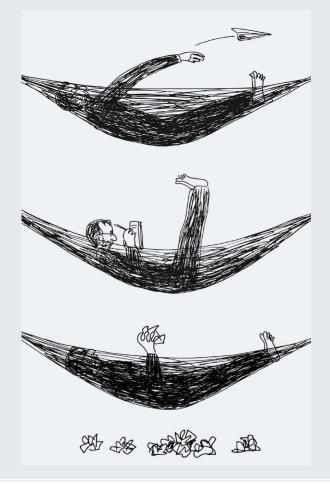
Ma privacy vorrebbe dire, nelle intenzioni originarie del termine, molto di più. Una scelta personale e perfino esistenziale, un luogo inviolabile non per arroganza, ma per pudore, altra parola "antica", o per timidezza, concetto che sembra sepolto nel passato, forse addirittura in sospetto di essere patologico, chissà se ci sono terapie, per la timidezza.

Si può desiderare di non apparire perché si dubita della propria importanza.

O al contrario (sublime tentazione) perché la si tiene in così grande considerazione da non gradire il suo pubblico spreco.

O infine perché ci si ribella alla dittatura della presenza. Ecco, questa concezione del "privato" mi sembra gravemente a rischio. Poco praticata e poco compresa. Il fascino dell'assenza non è tra le merci in catalogo, in questo momento.

© Ribroduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2022 Pagina 45































La grande battaglia che vedremo avvenire nei prossimi mesi nel campo della comunicazione è tra chi vuole tornare al "prima" e chi ha capito che è necessario elaborare un modello nuovo.

Non è più solo un'idea bensì una **necessità**, quella di proporre ora una comunicazione per le aziende e i brand in cui si possa essere efficaci senza scordare di essere umani.

Per progettare questa comunicazione servono persone che pensino alle persone, al di là e al di sopra della loro competenza specifica.

Servono visioni che volino alto e lontano, fregandosene delle regole e delle categorie.

Servono strutture capaci di aggregare intorno ai progetti persone con questa attitudine umana, e di ispirare clienti e collaboratori. Pensiero Visibile









### **COMUNICARE E RIMANERE IN CONTATTO**



La tendenza ad un ampio utilizzo dei social network, con dati da tempo già in crescita, è esplosa con l'emergenza Covid-19, la quale ha stravolto la quotidianità e le abitudini di molte persone. Le uniche finestre sul mondo durante i lockdown sono state proprio quelle dei nostri dispositivi elettronici e la **comunicazione digitale** è diventata così l'unico modo per rimanere in contatto con gli altri.

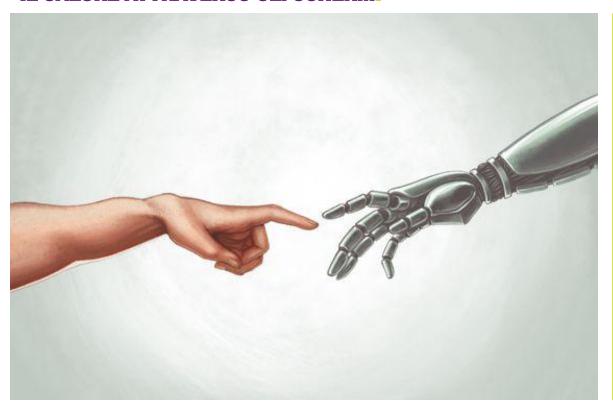








### IL CALORE ATTRAVERSO GLI SCHERM



I cambiamenti epocali
che il lockdown ha introdotto
nelle nostre vite - distanziando
le persone - sono legati
ai **media**, che sono stati adattati
di conseguenza a diventare
algoritmo a servizio
delle persone,
con sempre meno filtri.
Il fulcro del cambiamento
è ricercare formule

per rendere possibile mostrare il calore anche attraverso uno schermo.

Mettere al centro le persone.

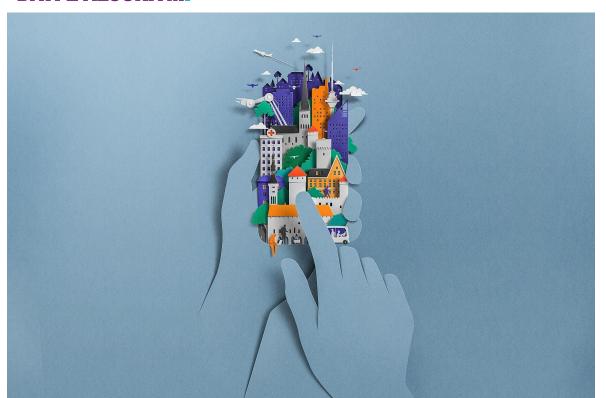








### DATI E ALGORITM



L'indagine Digital 2020, condotta da **We are social**, Hootsuite e Kepios ha messo nero su bianco i dati relativi a questo cambiamento:

In Italia, a gennaio, erano stati censiti quasi 50 milioni di utenti internet e 35 milioni di utilizzatori dei social network.
Secondo i dati post pandemia è aumentato del 1000% l'uso di Messenger per videochiamate multiple, ed è cresciuto vertiginosamente anche l'utilizzo di Facebook, con un più 70%.
Le relazioni si coltivano

anche sul web.







### DATI E ALGORITM



**Instagram** introduce

- come ogni piattaforma social, "costretta" ad allinearsi alle tendenze e a pensiero ed abitudini dei propri utenti continue e sempre nuove modifiche.

Nel 2022, tutte le novità implementate dal social network sono state ideate con l'intento di rendere "il video" l'elemento cardine e l'immersività la parola chiave.

La visualizzazione del feed è con post in 9:16, il formato di Reel e Stories. È stato lasciato tutto lo spazio ai contenuti in cui è più facile mostrare le persone.



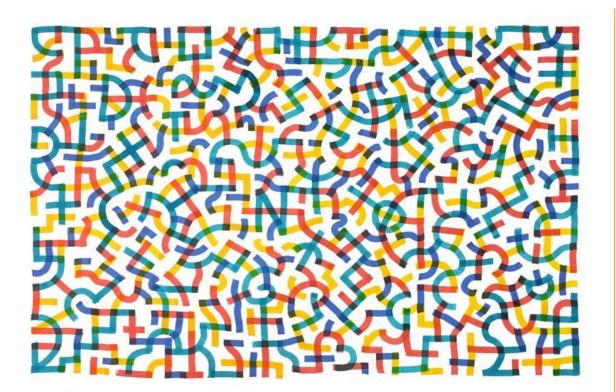








### **BRAND E NUOVA COMUNICAZIONE**



Sono molte le aziende e gli **esercizi commerciali** che hanno dovuto rivedere il proprio **piano di** comunicazione per adottare nuovi contenuti e nuovi toni. L'obiettivo non è più quello esclusivo di promuovere la propria attività, ma creare connessioni significative.



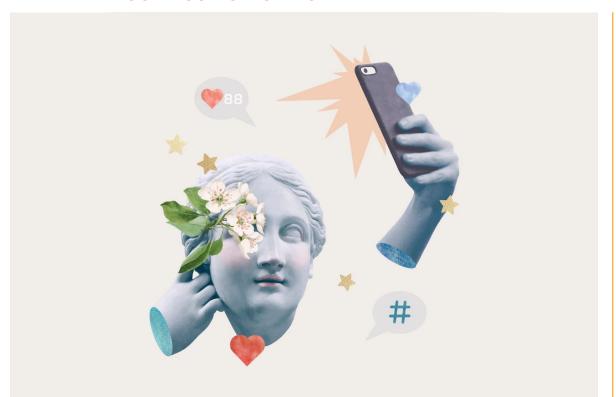






### **BRAND E NUOVA COMUNICAZIONE**





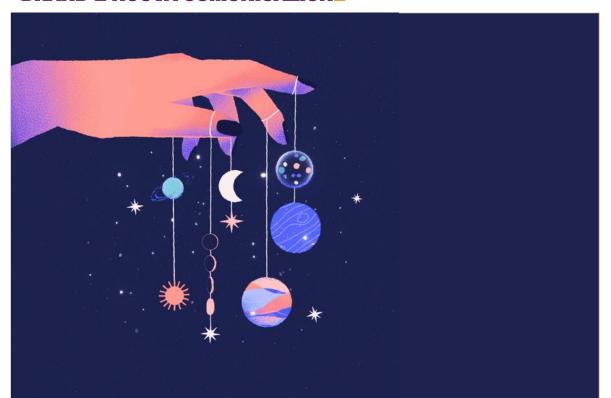
Dalle analisi di Talkwalker e Hootsuite - aziende specializzate in social media è emerso che, nel perseguire questi obiettivi, due trend si sono fatti strada mostrando sempre più volti nelle **piattaforme social**: l'influencer marketing e le **community digitali**.







### **BRAND E NUOVA COMUNICAZIONE**



Le persone hanno sempre amato raccontare storie e soprattutto ascoltarle. Ora le storie hanno acquisito ancora più importanza.

Nei siti web lo storytelling diventa fondamentale. Fare storytelling vuol dire puntare su un marketing che vede nella comunicazione "umana" la sua colonna portante.

Lo storytelling è un modo per comunicare i valori aziendali, essere trasparenti e farsi vedere senza bisogno di immagini.









### L'ESEMPIO CHE SEGUE IL TREND











#### **VERALAB** estetistacinica:

- newsletter con contenuti dinamici e divertenti, tono molto amichevole, scritte in prima persona;
- sito web con area Magazine per articoli d'interesse;
- video tutorial in prima persona;
- post dinamici con personale, produzione, esposti;
- post con contenuti di valore per la community.











### L'ESEMPIO CHE NON SEGUE IL TREND











#### Pixi:

- sito web di puro E-commerce;
- post solo di prodotto;
- nessun contenuto in prima persona.



































MODENA STAGIONE 2016 / 2017 CAMPAGNA ABBONAMENTI FINO AL 18 GIUGNO EMILIAROMAGNATEATRO.COM

ISABELLA GIORGIO. STUDENTESSA, ABBONATA ERT. FOTO DI LUCA DEL PIA

CONTL PRESCRICTOR CEL COMUNE DI MODENA

Comuse di Modera | FONDAZIONE | RegioneEmilia-Romagna

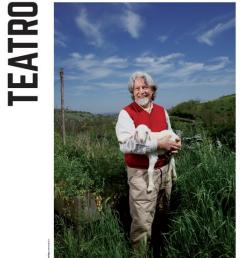


## **STORCHI**









MODENA STAGIONE 2016 / 2017 CAMPAGNA ABBONAMENTI FINO AL 18 GIUGNO EMILIAROMAGNATEATRO.COM

GRAZIANO NICOLI, INGEGNERE. SPETTATORE ERT.

CONTL PREVIOUS DEL CEMINE DI MODENA

Comme et Modera Prondazione Regione Emilia-Romagna



## **BONCI**





TEATRO ALESSANDRO





STAGIONE 2016 / 2017 CAMPAGNA ABBONAMENTI DAL 28 GIUGNO AL 22 OTTOBRE

IURI MONTI, BENZINAIO, ABBONATO ERT. FOTO BI LUCA DEL PIA

BPER:















# **ARENA** SOLE

CAMPAGNA ABBONAMENTI 2016 / 2017 DAL 7 AL 25 GIUGNO



AREVA SYDUM

ARENADELSOLE.IT

GIOVANNA RE, PENSIONATA, SPETTATRICE ERT.







Regione Emilia-Romagna

TEATRO



















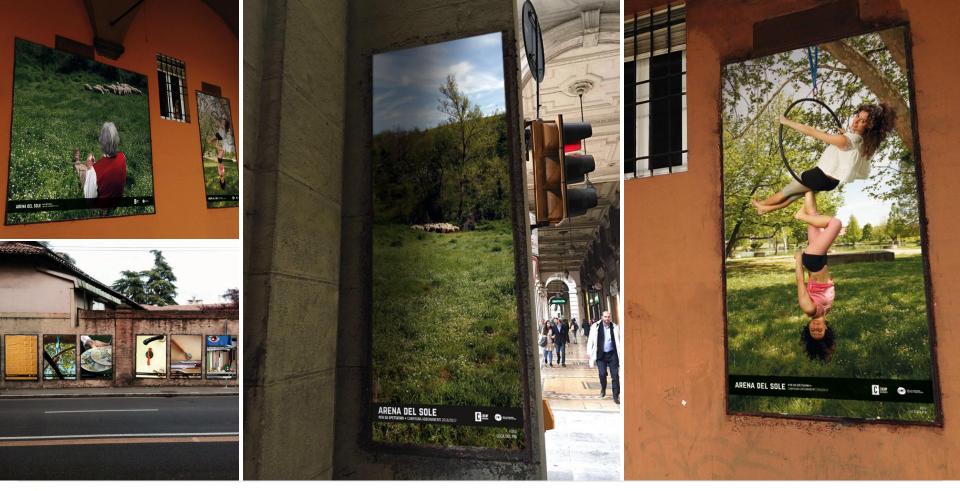








































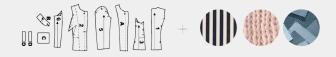






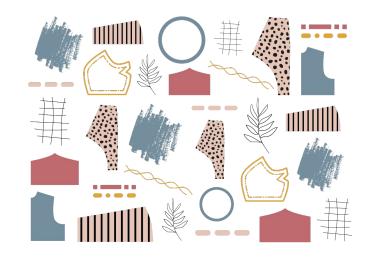






















GIULIA "MERLINI SARTORIA ARTIGIANA

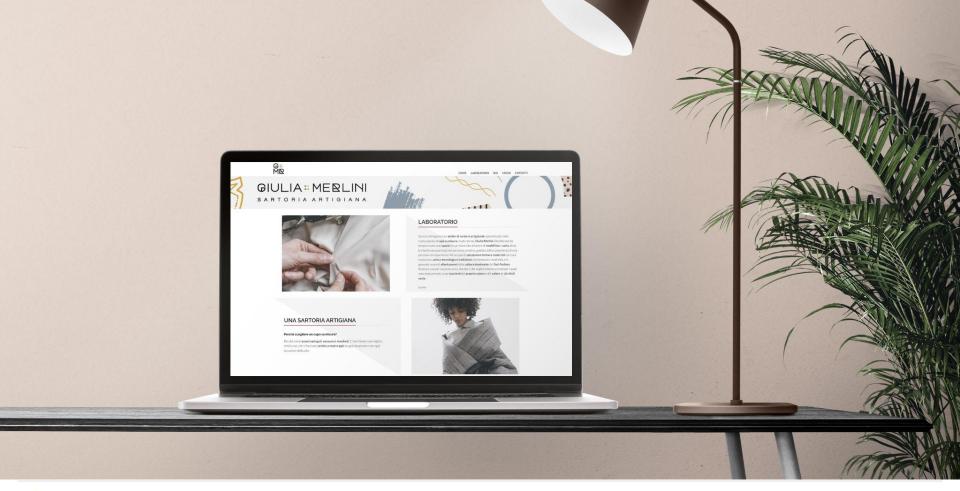












































































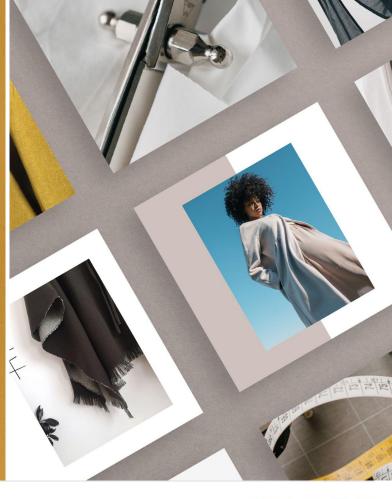
















































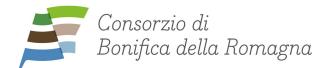






























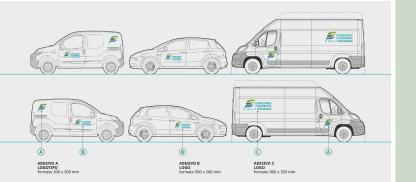








AUTOMEZZI · Personalizzazione





BROCHURE • Cover





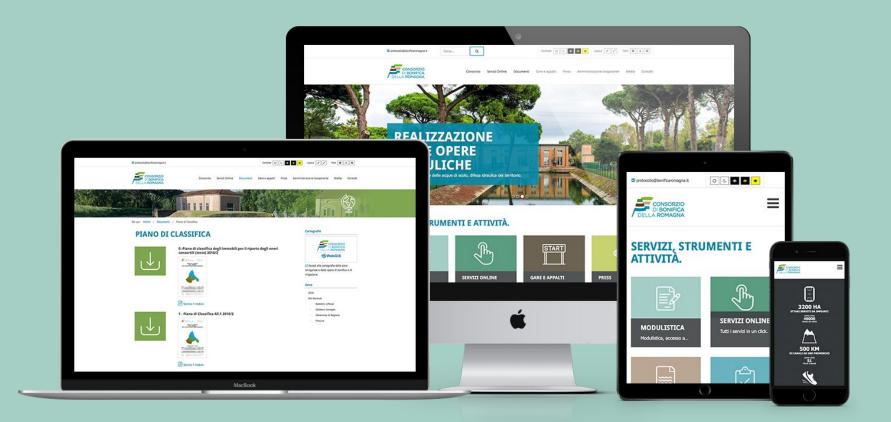






























































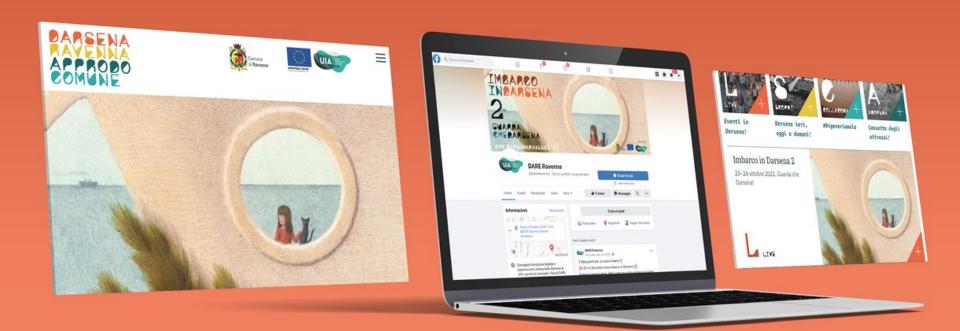






















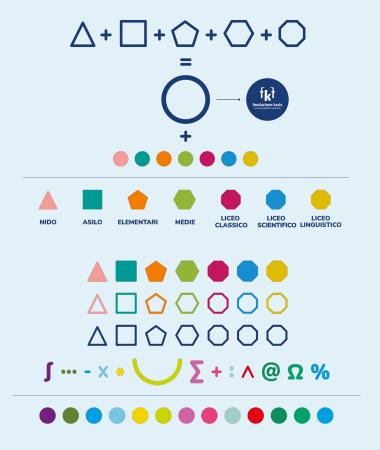
































































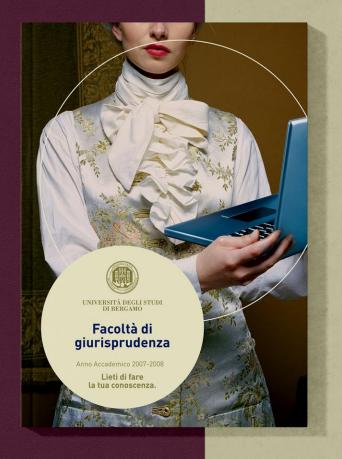






































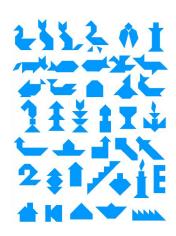






































**ADVERTISING** 



**BRAND IDENTITY** 



**COPYWRITING** 



WEB/SOCIAL



**STRATEGY** 



**FORMAZIONE** 























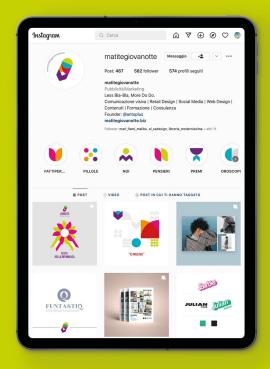


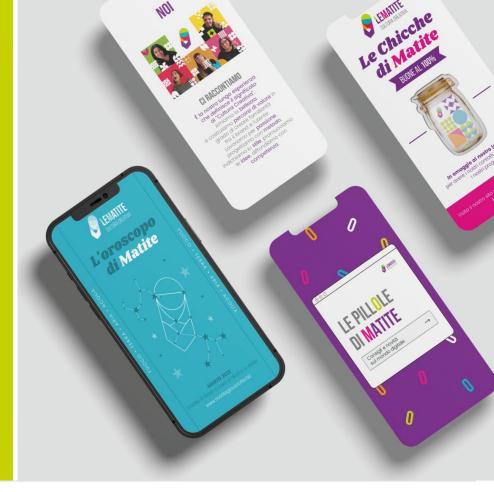














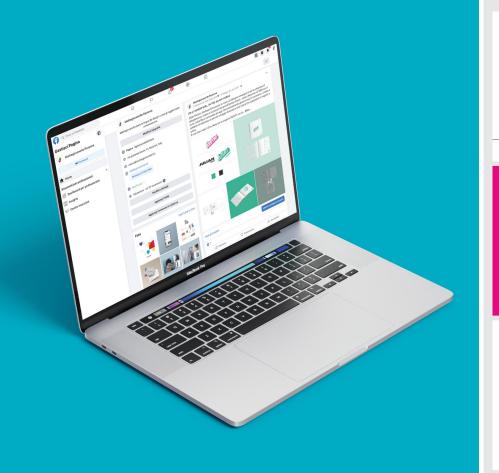






































































## **FONT**



#### SLIDE 5

https://www.repubblica.it/rubriche/l-amaca/2022/06/15/news/lamaca\_di\_michele\_serra\_di\_mercoledi\_15\_giugno\_2022-353912527/

#### SLIDE 6

#### SLIDE 7

http://www.d-com.it/blog/covid-19-social-media-cambiata-la-comunicazione-anche-quella-aziendale-lemergenza/

#### SLIDE 11

http://www.d-com.it/blog/covid-19-social-media-cambiata-la-comunicazione-anche-quella-aziendale-lemergenza/

#### SLIDE 12

https://www.insidemarketing.it/social-media-trend-2022/

#### SLIDE 13

https://www.bewesrl.com/strategie-di-marketing/usare-lo-storytelling-la-tua-azienda.html#gref

#### SLIDE 14

vedi IG > https://www.instagram.com/veralab\_estetistacinica/

sito web > https://www.instagram.com/veralab\_estetistacinica/

### **SLIDE 15**

vedi IG > https://www.instagram.com/pixibeauty/

sito web > https://pixibeauty.co.uk/

















### © MATITEGIOVANOTTE.RA S.R.L. • Tutti i diritti riservati.

La riproduzione, anche parziale del presente documento, delle tavole illustrative e delle proposte creative è vietata. Ricordiamo che tutto il materiale gode della tutela dei diritti d'autore (Legge n. 633 del 22/04/41).













### MATITEGIOVANOTTE.RA S.R.L.

via bovini 41/43 • ravenna RA 48123 • ITALY t. +39 0544 50 22 23 info@matitegiovanotte.biz matitegiovanotte.biz

# **GRAZIE**