fondazione banfi

VIII Edizione

SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

HERITAGE

Frontiera del valore tra terroir e storytelling

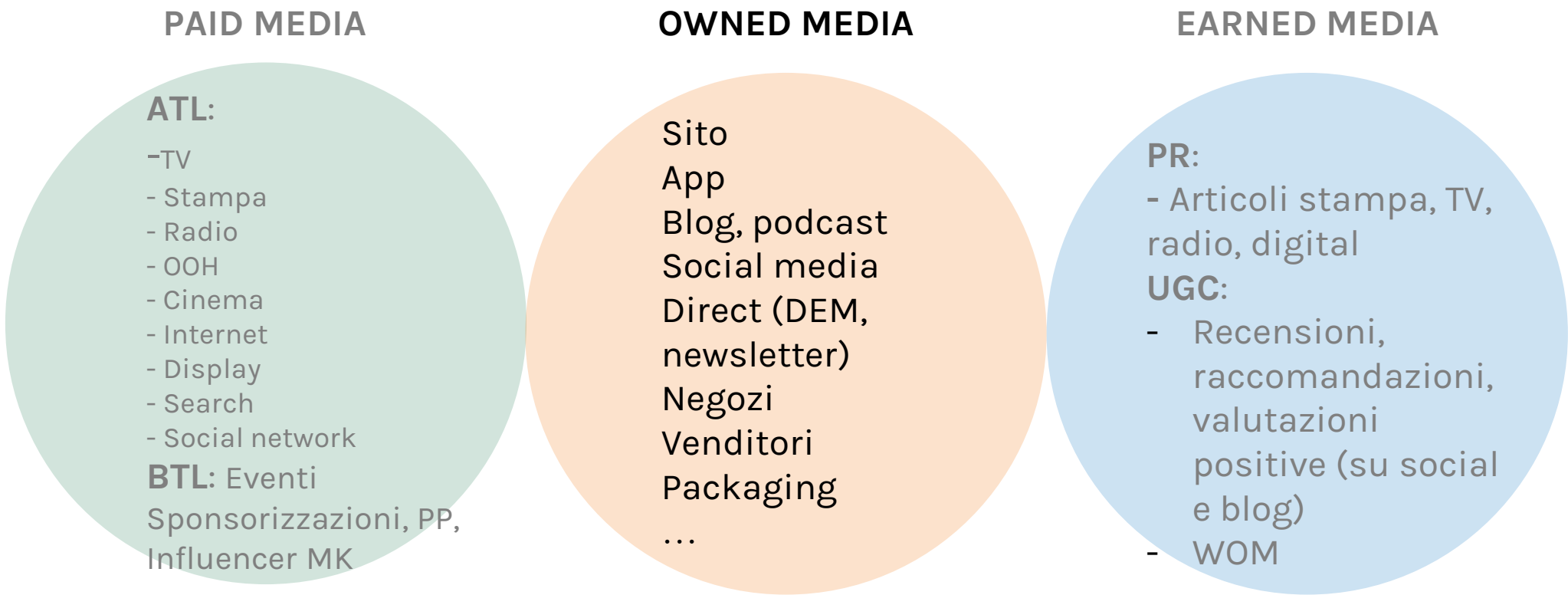
Dove vive il racconto

Stella Romagnoli

L’importanza degli strumenti di comunicazione proprietari

Quali sono gli strumenti di comunicazione proprietari?

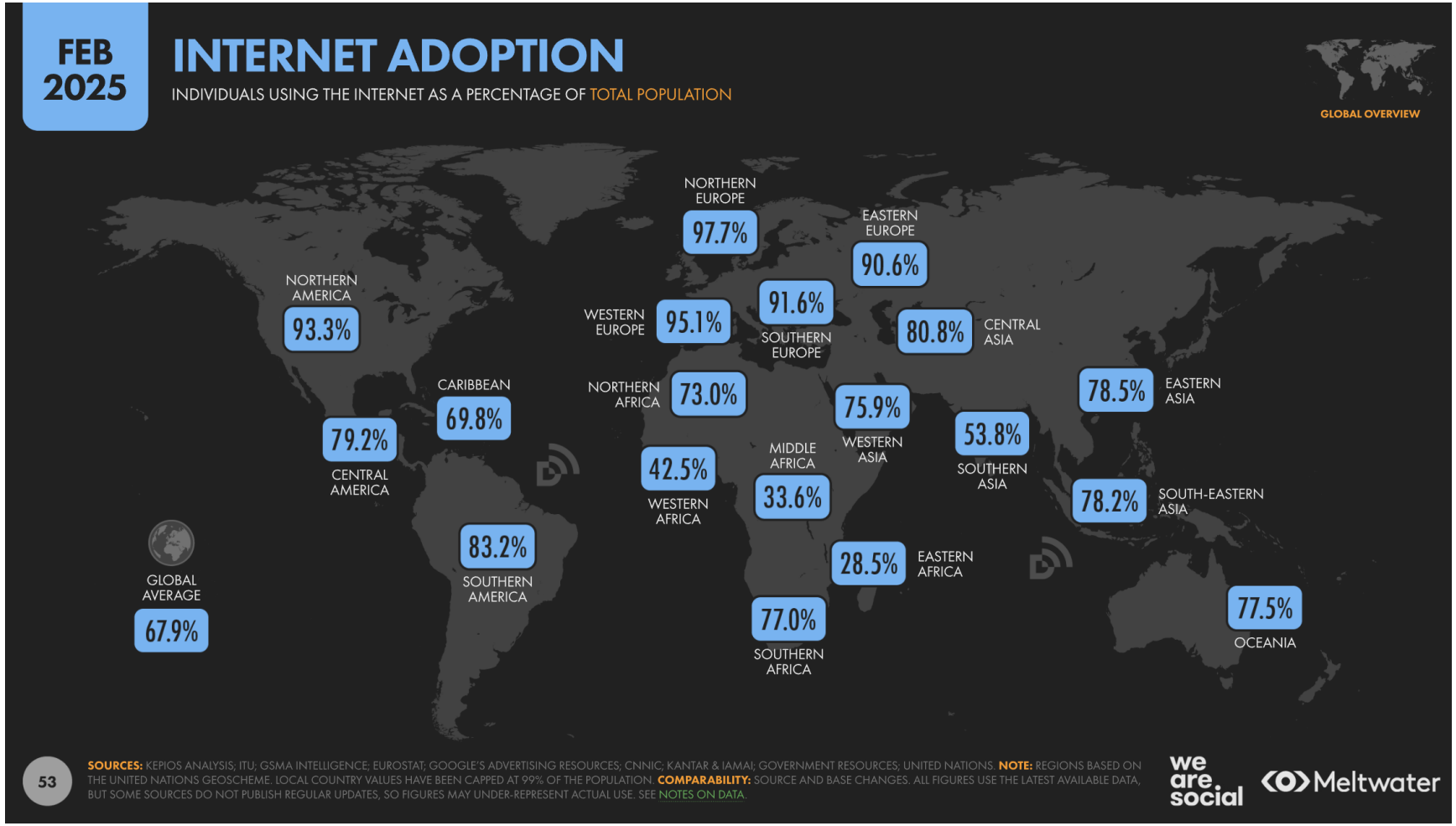
Oggi si utilizza questa classificazione POE



I media proprietari hanno oggi un’importanza strategica

Il sito web

Sito web: ormai è la sede digitale di ogni business



Quali caratteristiche deve avere il sito web oggi?

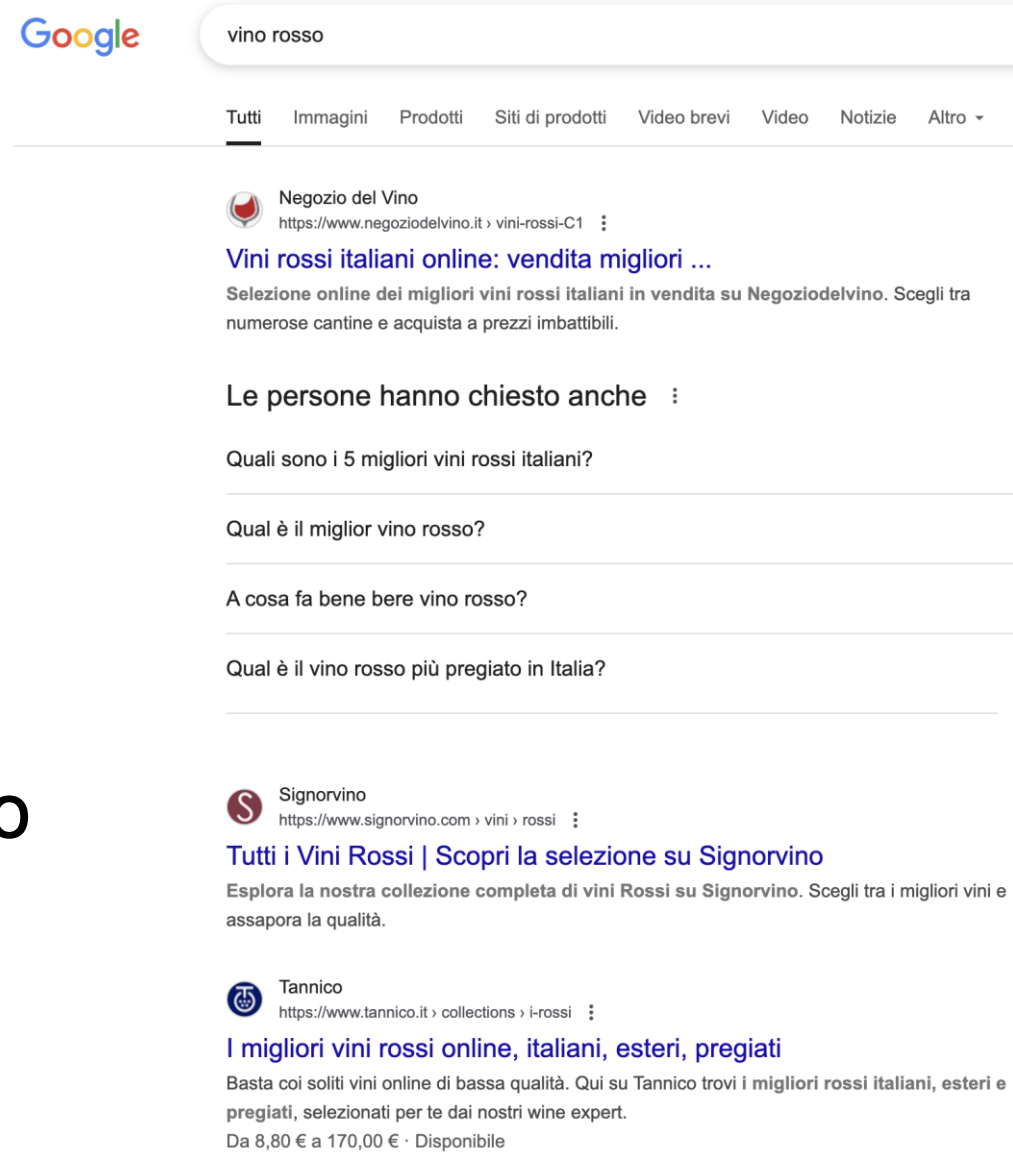
- **Mobile friendly** e funzionante su tutti i browser
- Semplice, con **navigazione intuitiva**
- **Risponde a tutte le domande** che potrebbero avere gli utilizzatori
- **Riflette il brand**
- Sempre **aggiornato**
- Rende **facile trovare quello che si cerca**
- Sono **chiare le politiche di acquisto**, invio della merce, di spedizione e restituzione, ecc.
- **Migliore dei siti dei competitors**

Un buon sito compare prima nei motori di ricerca

Search Engine Results Page: pagina dei risultati dei motori di ricerca.

L'obiettivo è **arrivare primi** quando le persone cercano le parole chiave (**Keywords**) che ci interessano

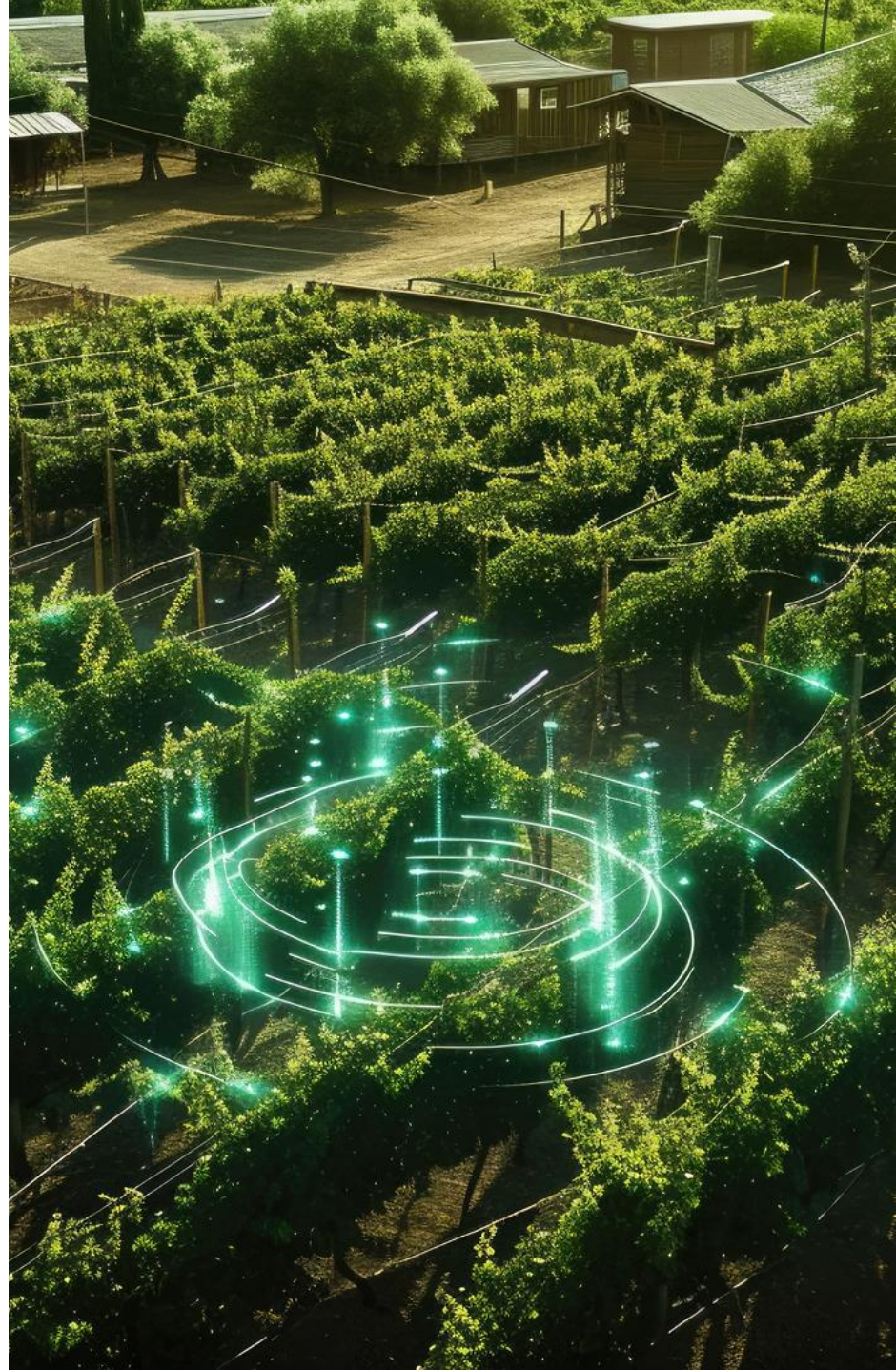
Le tecniche messe in atto per migliorare la posizione delle proprie pagine nelle SERP sono indicate con l'espressione ottimizzazione o **SEO**



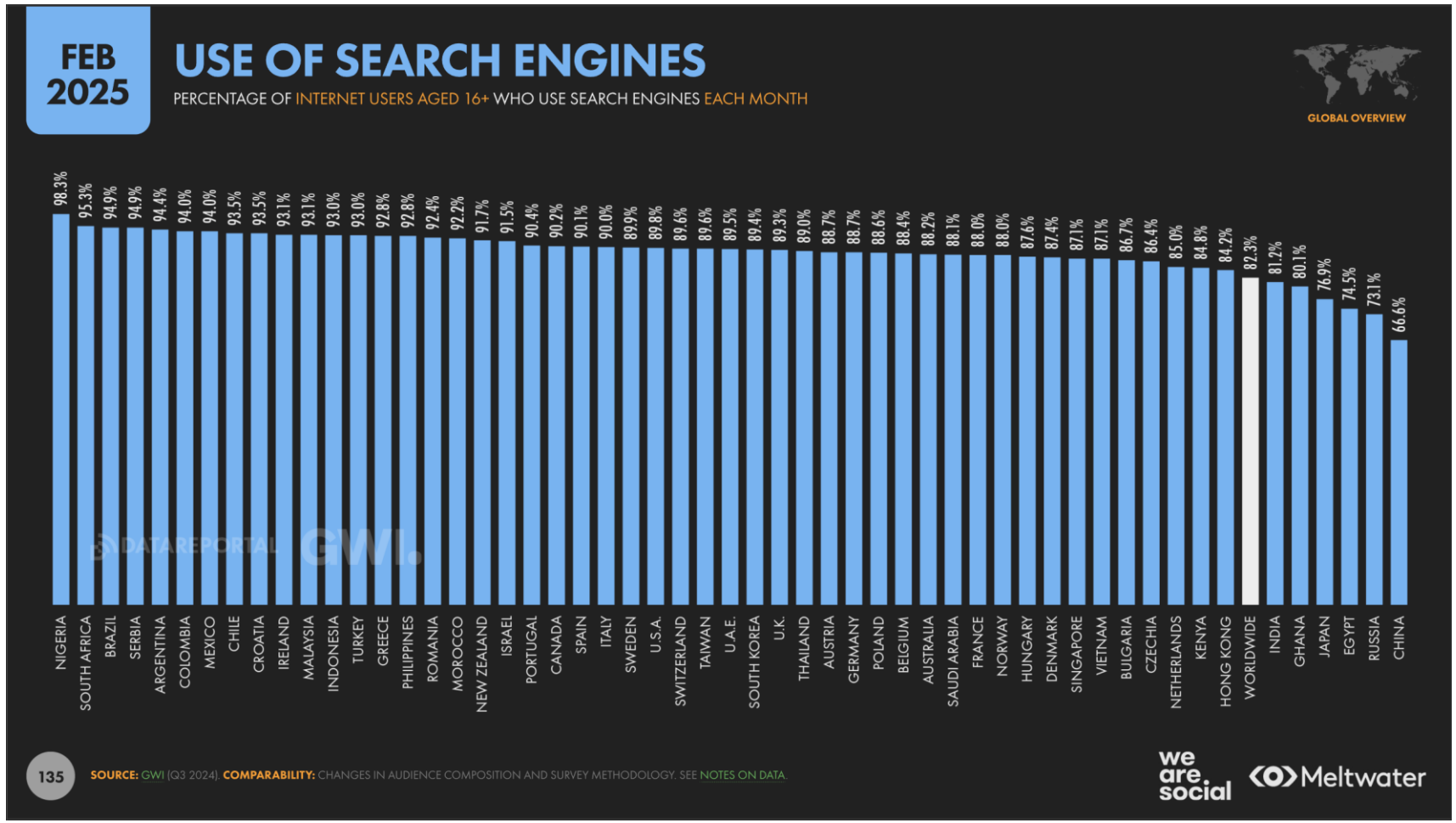
Cosa è il SEO?

SEO (**Search Engine Optimization**) è costituito da **tecniche che riguardano la struttura del sito internet** per comparire alti nei risultati dei motori di ricerca (es. Google)

Si tratta di adottare alcuni accorgimenti che consentono di ottenere un rank alto agli “occhi” del motore di ricerca stesso.



Oggi ca. il 90% di ha accesso a Internet utilizza i motori di ricerca



E Google è ancora il primo

Come funziona il motore di ricerca Google?

Google ha un software che naviga attraverso i link (all'interno dei siti e verso altri siti). Questo **web crawler** (bot) legge tutto quello che trova e **indicizza il contenuto**.

La prima cosa da fare è **farsi trovare**, avere un index. Poi si può sperare di ottenere un rank alto su alcuni argomenti.

Il rank alto dipende **dall'importanza e dalla rilevanza dei contenuti**. L'algoritmo segreto di Google considera centinaia di fattori ed è in costante evoluzione.

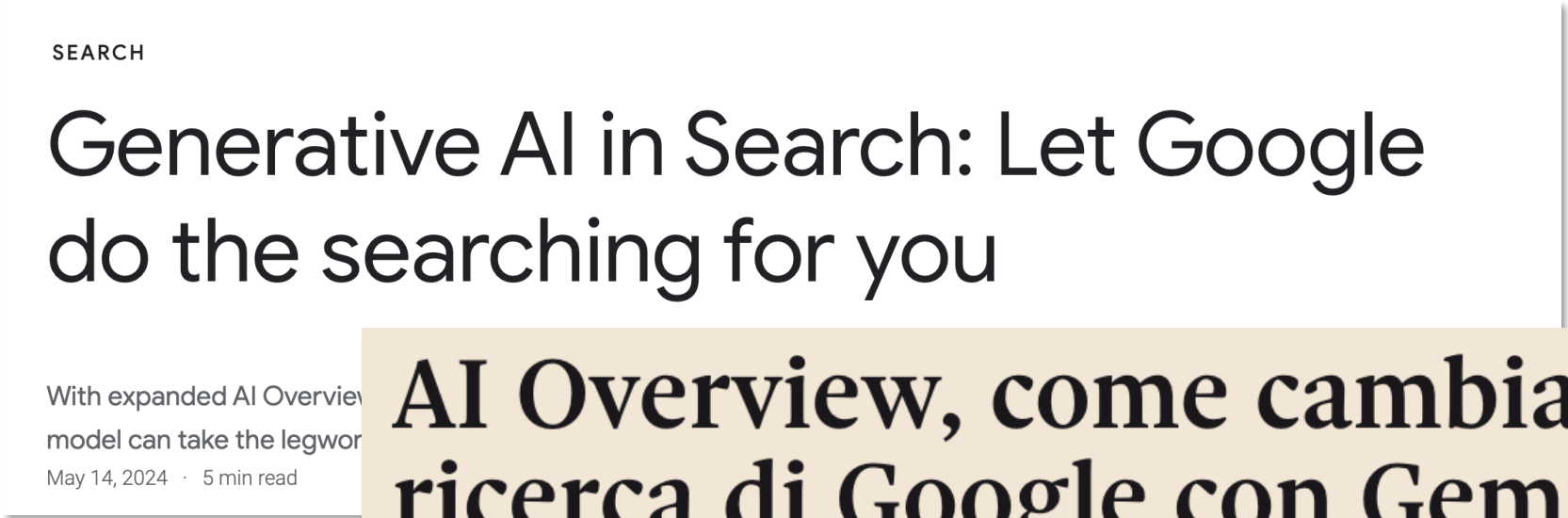
3’14’

fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

ALTA SCUOLA DEL SANGUE OVESE

Cosa succederà in futuro ai motori di ricerca con l'Intelligenza Artificiale?

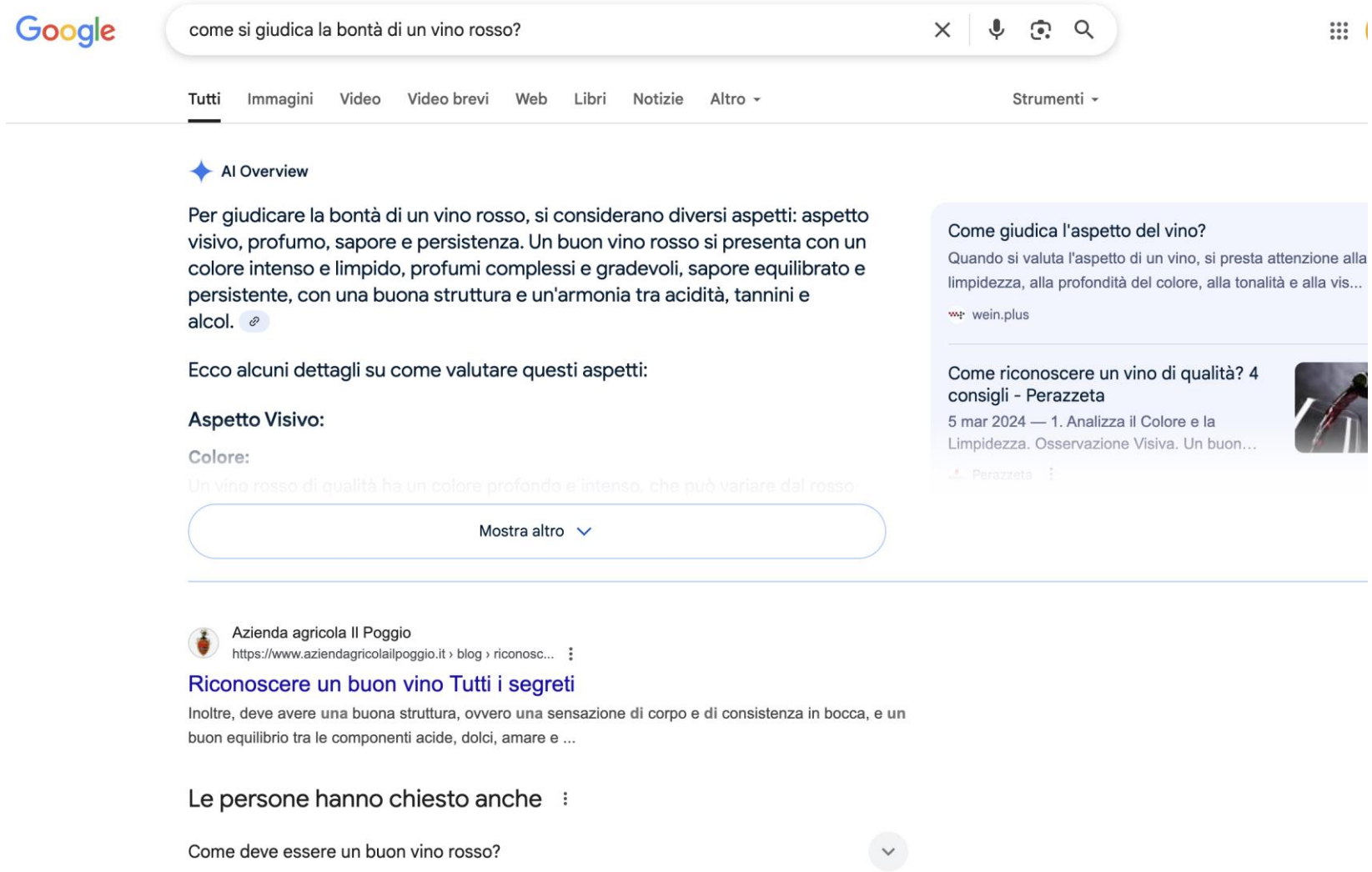


AI Overview, come cambia il motore di ricerca di Google con Gemini?

ChatGPT si evolve e diventa un motore di ricerca specializzato: arriva la funzione che sfida Google

OpenAI sta sviluppando una nuova funzionalità che svolge ricerche sul web per trovare la risposta a tutte le vostre domande.

Già oggi Gemini risponde alle domande utilizzando le fonti che trova online



I software dell'AI prenderanno le risposte dai siti indicizzati.

Occorre costruire una narrazione online dalla quale gli algoritmi possano trarre sintesi e raccomandazioni.

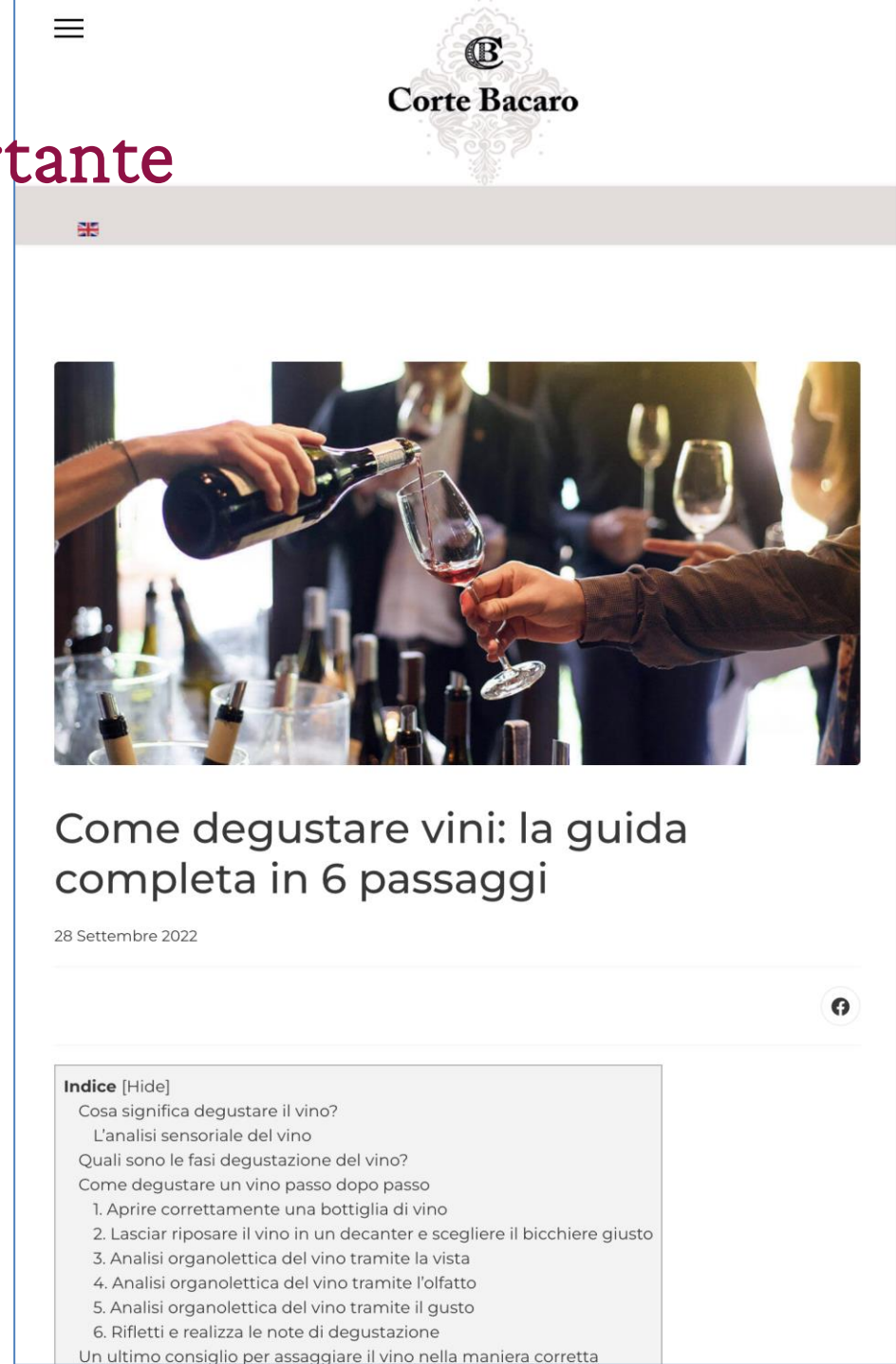
Come possiamo fare?

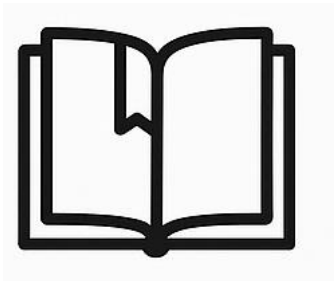
La mia personale opinione è che dovremo cercare di creare dei contenuti che siano realmente interessanti per il pubblico a cui sono destinati

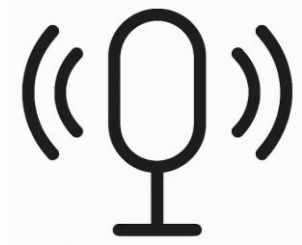
La content strategy sarà sempre più importante

La content strategy si focalizza sulla **pianificazione, creazione, diffusione e governance dei contenuti**.

L’obiettivo della content strategy è quello di **creare contenuti significativi, coerenti, coinvolgenti e sostenibili** (da veicolare sulle properties digitali: sito web, podcast, social network e direct/newsletter).

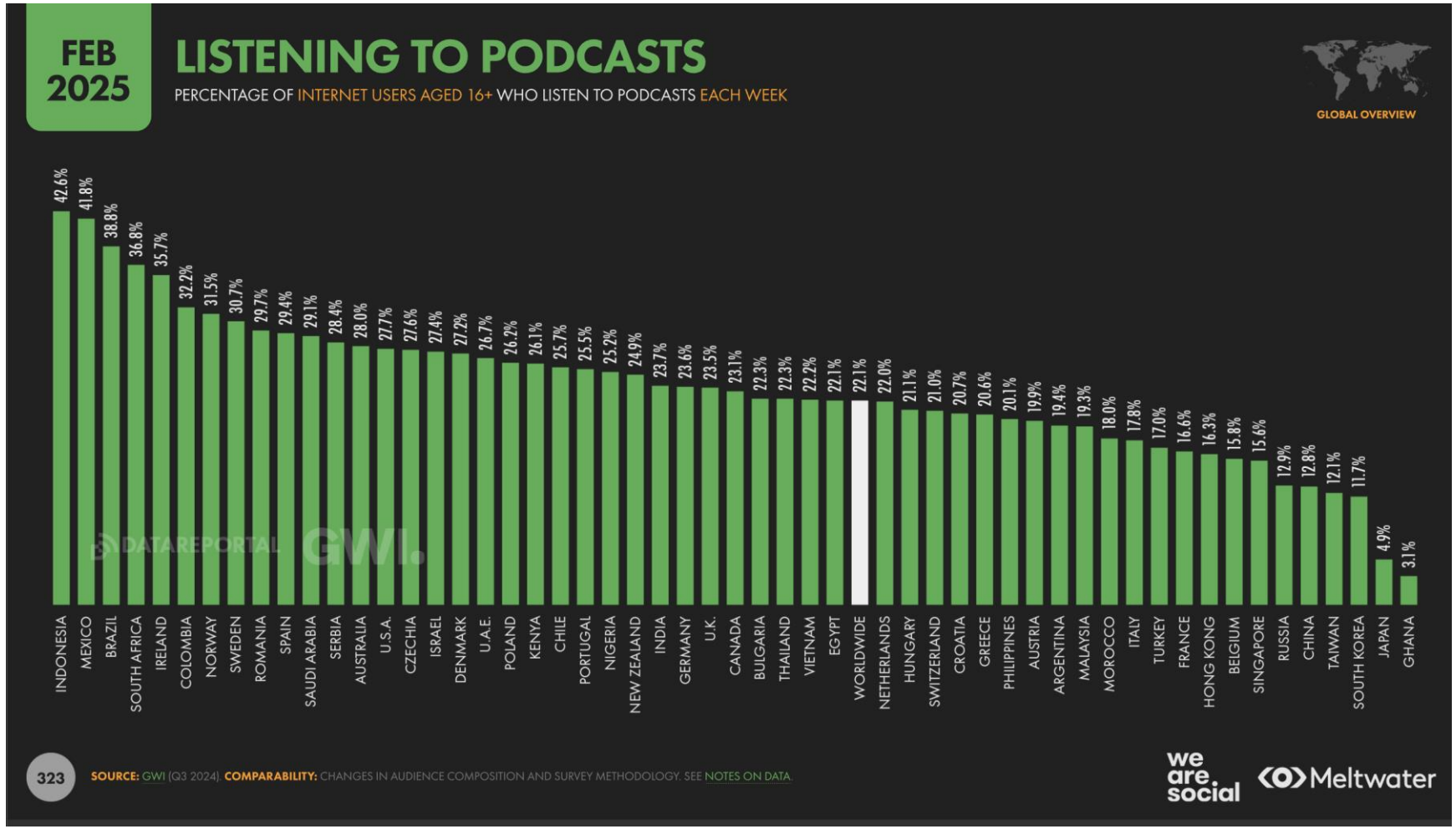






Regalare contenuti di valore crea fiducia

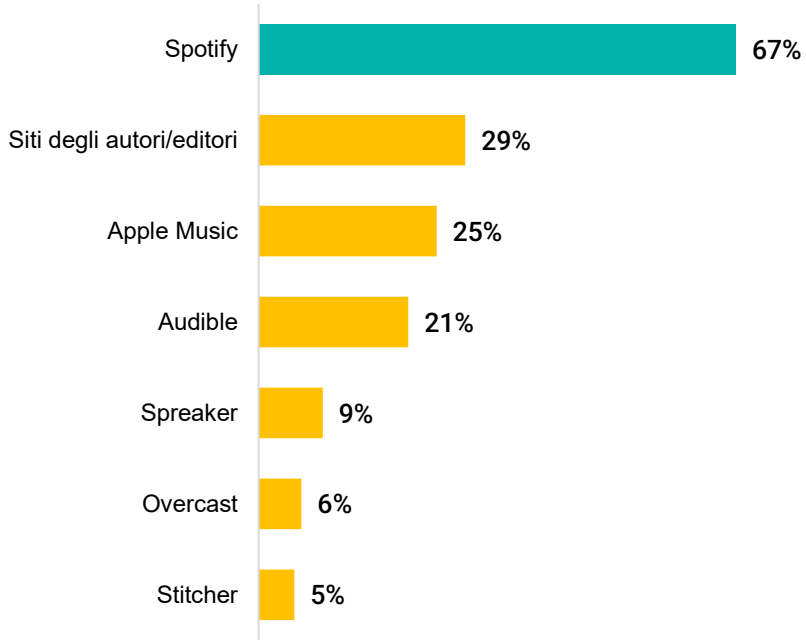
I Podcast iniziano ad avere una certa diffusione



In Italia si ascoltano principalmente su Spotify

Piattaforme preferite per ascoltare podcast

%pen – Base: Internet users 18-64



67%

Ascoltano i podcasts principalmente tramite smartphone.

47%

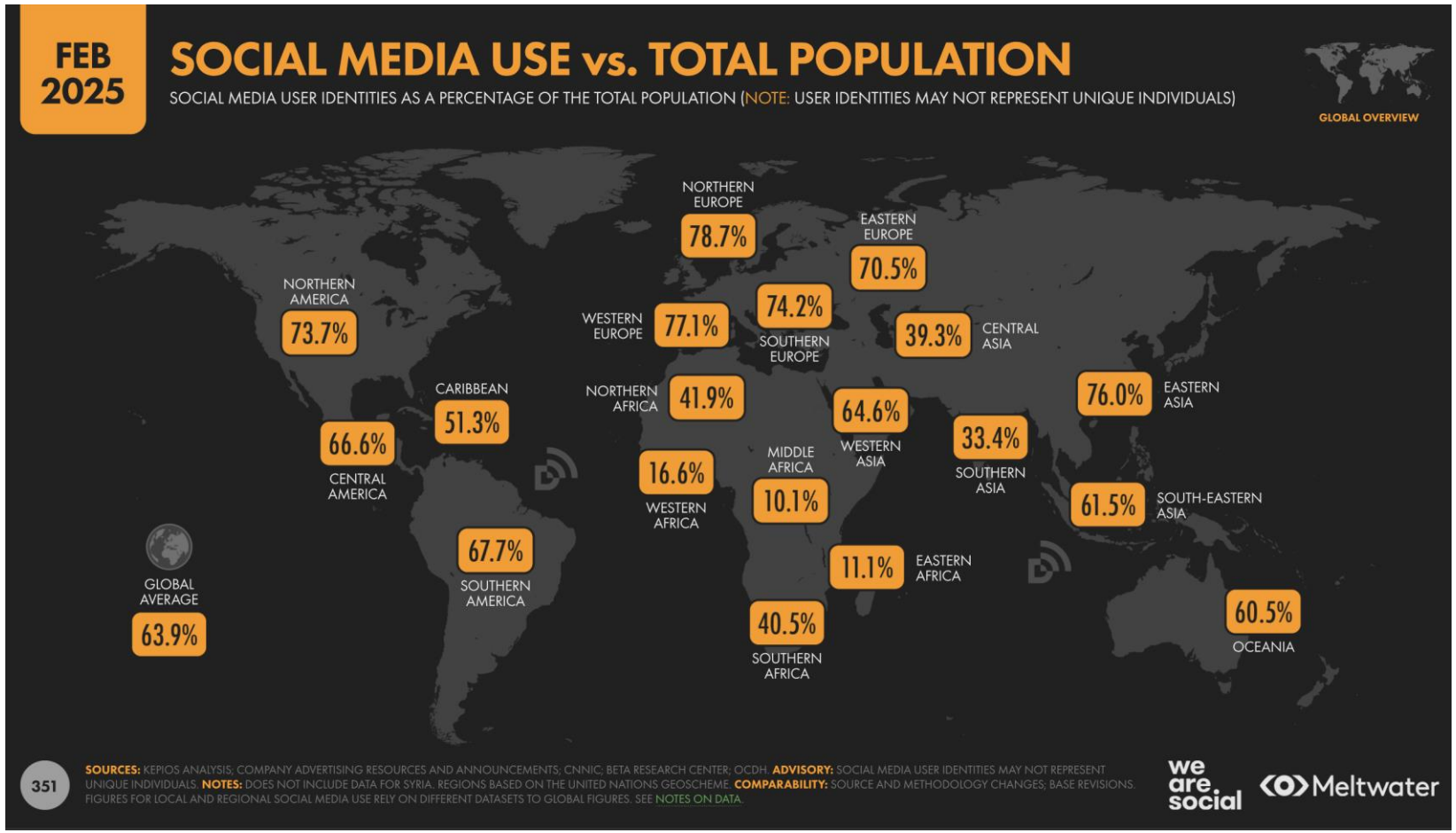
Ascoltano i podcasts principlamete nel pomeriggio.

43%

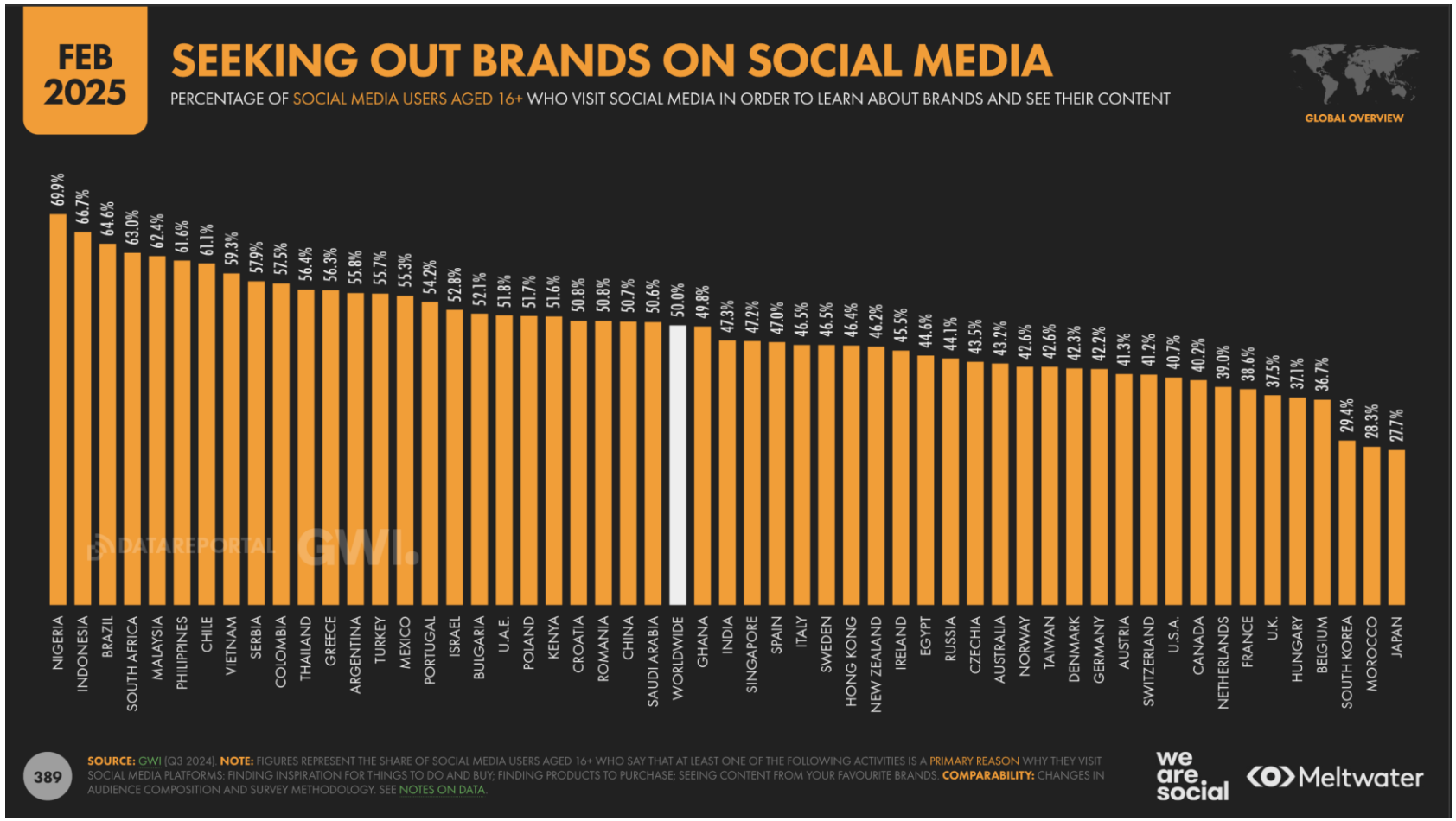
Condiderano 30 minuti la lunghezza idelae che dovrebbe avere un podcast.

I social media

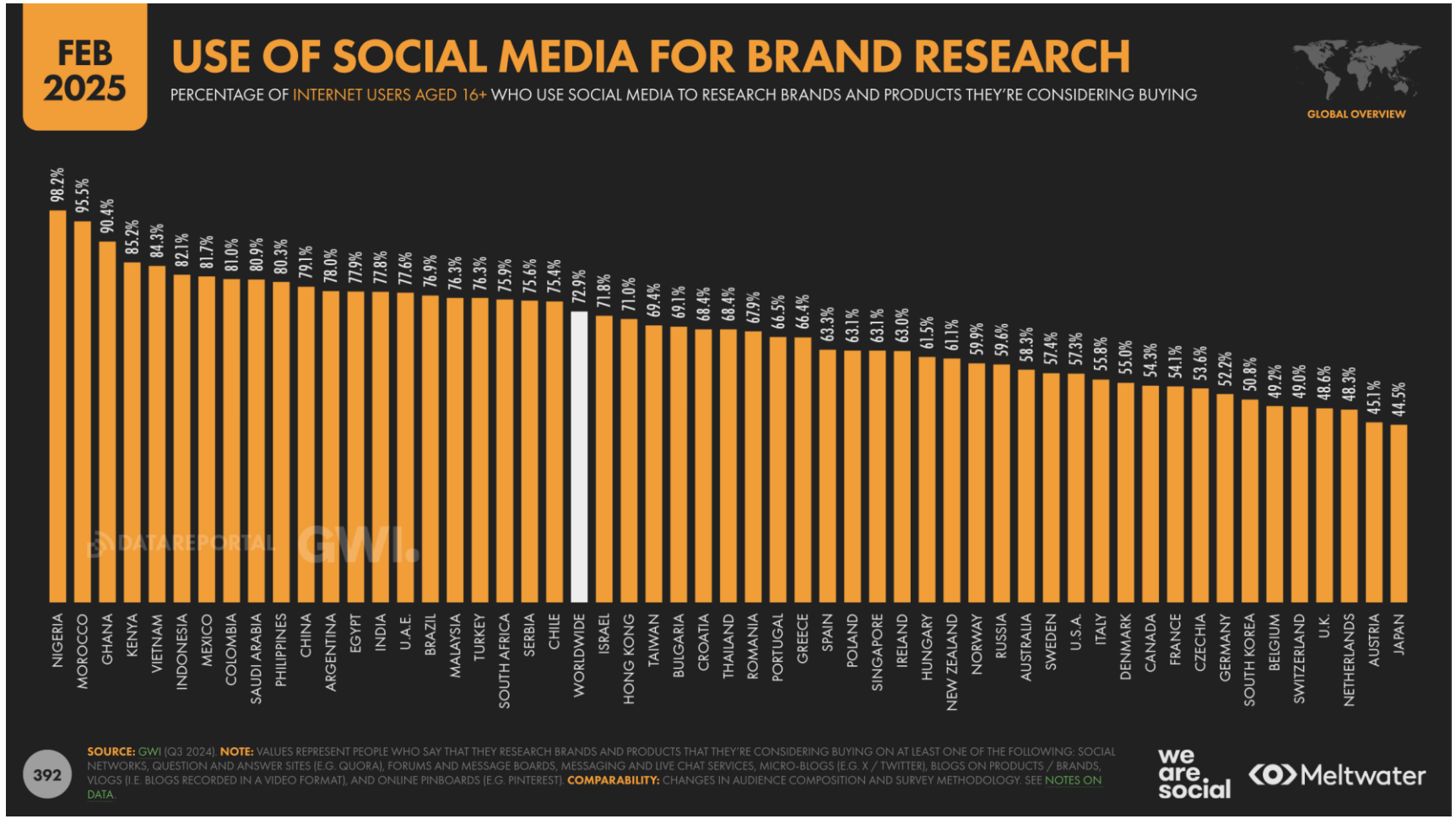
L’utilizzo dei social accompagna la diffusione di internet



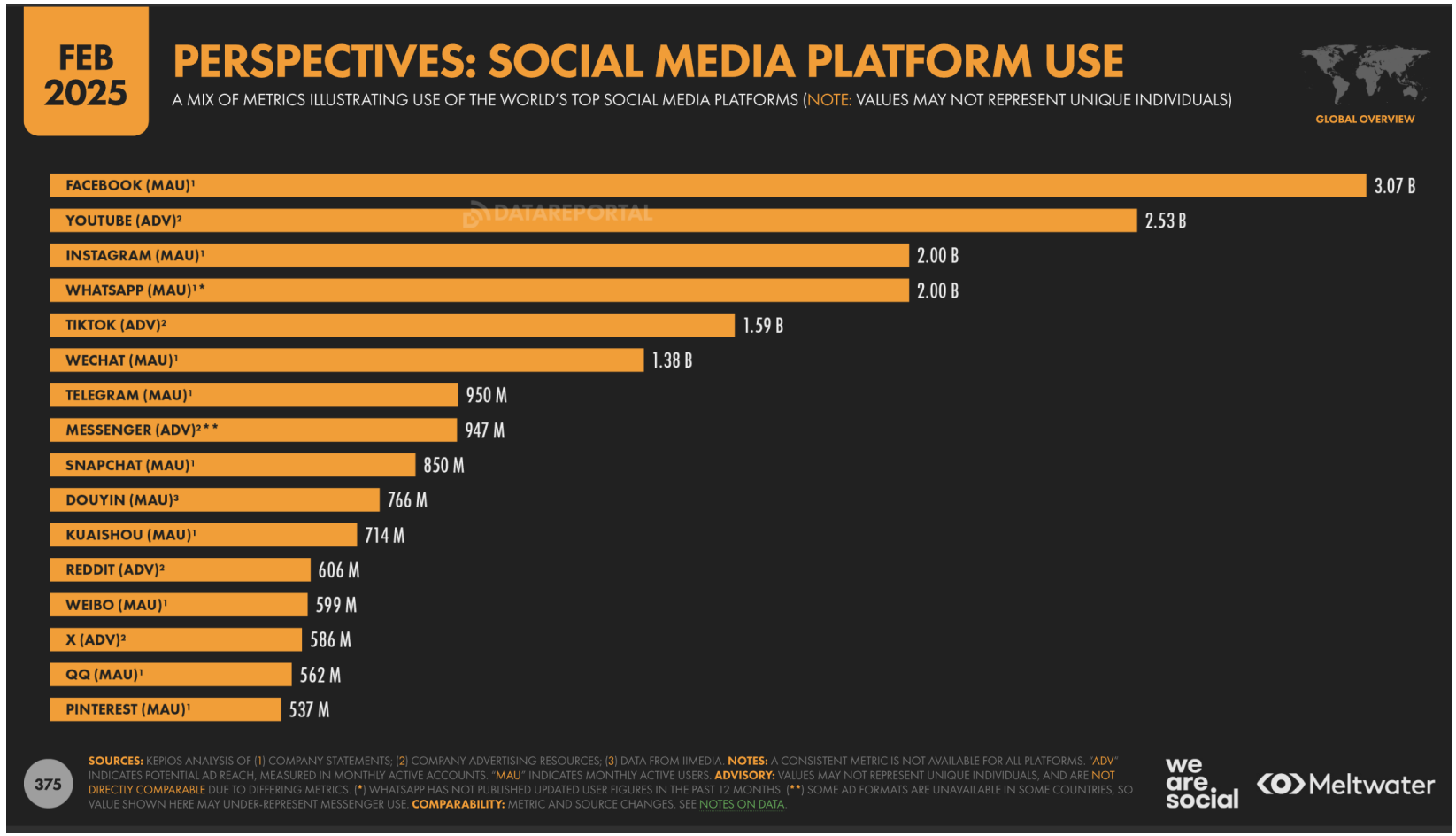
I social sono un'importante fonte di scoperta dei brand



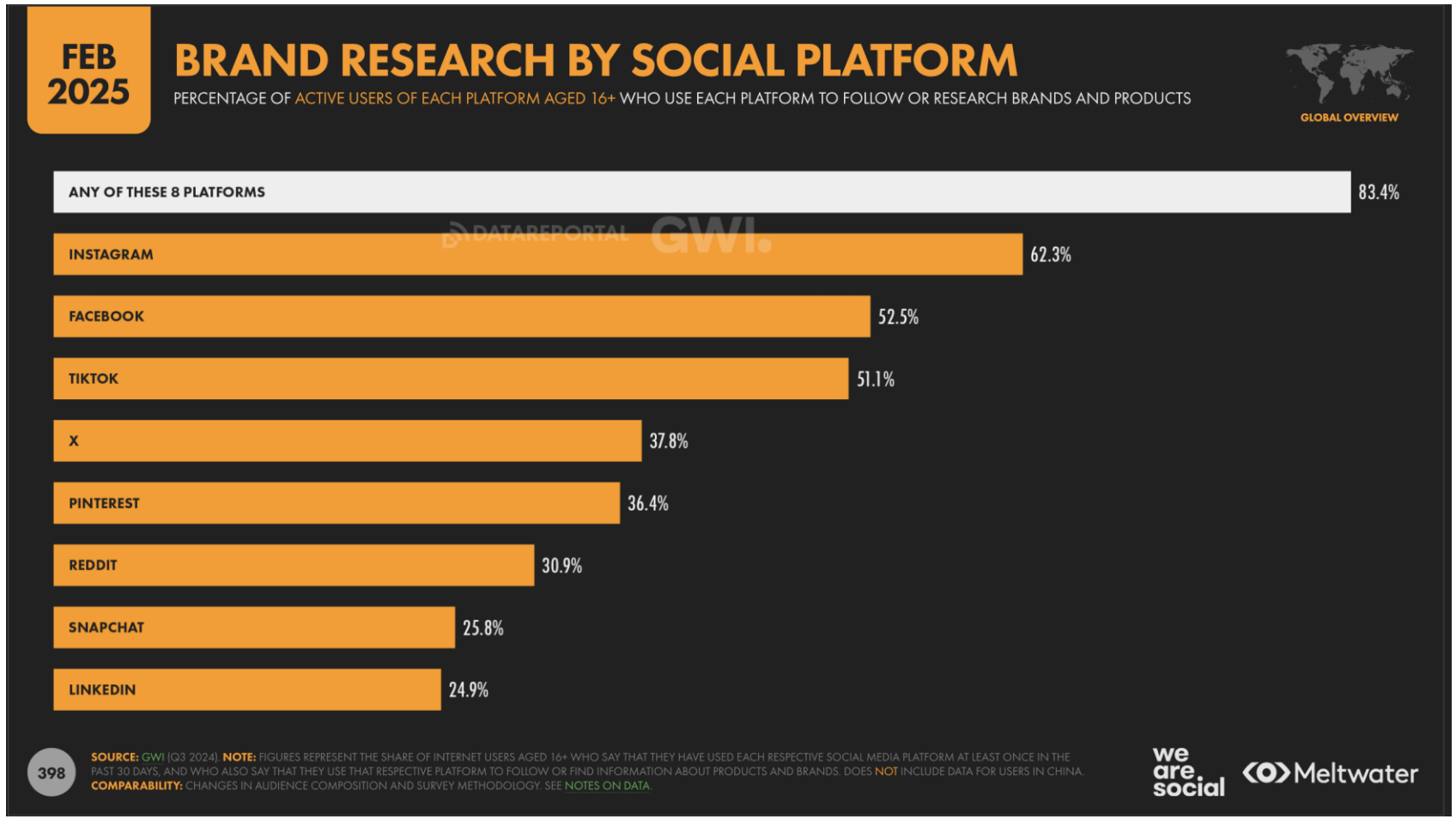
Soprattutto se si intende acquistarli



Facebook rimane il social più utilizzato al mondo



Adesso sta esplodendo il fenomeno TikTok, ma non va scordato Instagram



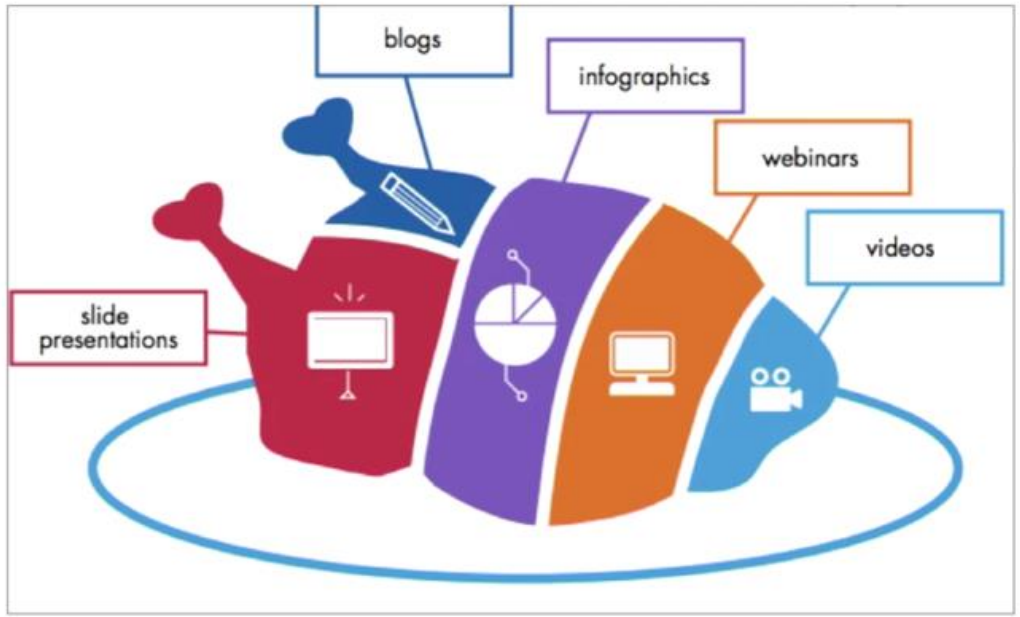
L’importanza di un piano editoriale

Creare contenuti per il proprio brand significa diventare editori.
Quindi:

- **Definire la narrazione** che si vuole abbinare al proprio brand, trovando una serie di **temi e valori da presidiare: come vogliamo essere percepiti**
- Poi chiedetevi: **cosa serve al vostro cliente?**
- E infine pianificare **l’ideazione e la produzione dei contenuti scadenzandoli nel tempo, utilizzando un calendario editoriale**

Dei contenuti non si butta via nulla...

Da uno stesso **materiale master** (es. un ebook), si possono trarre tanti altri contenuti (podcast, articoli per il blog, testi per direct-email, post e video per i social, webinar, masterclass, ecc.)



Source: Rebecca Lieb, Altimeter Group

Oggi è ancora più semplice sfruttare tutti i contenuti grazie all'AI

Perché la...Ancora_def

DOCX

genera una sceneggiatura per un video di 3 minuti che riassuma l'articolo

Analisi

Una sceneggiatura video di 3 minuti che riassuma l'articolo "Perché la Pubblicità Servirà Ancora"

Titolo del video: Perché la pubblicità servirà ancora: Uno sguardo al futuro della comunicazione

(0:00-0:15) INTRODUZIONE

Immagini: Sequenza rapida di immagini che mostrano l'evoluzione della pubblicità (vecchi annunci stampati, spot TV retrò, banner web, feed di social media attuali).
Voce fuori campo (V.O.): La pubblicità. Un dibattito senza fine sul suo futuro. Ogni volta che la tecnologia fa un salto, ci chiediamo: è la fine o un nuovo inizio?. Eppure, non è mai scomparsa. Si è solo trasformata. Oggi è ovunque, integrata nelle nostre vite digitali. Ma con gli smartphone che ci danno un controllo senza precedenti , la domanda è: come sarà la pubblicità di domani?

(0:15-1:00) IL RICEVENTE: CAPIRE LA MENTE UMANA (E NON SOLO)

Immagini: Grafici stilizzati che mostrano "Sistema 1" e "Sistema 2" del cervello, icone che rappresentano emozioni e logica. Poi, immagini di assistenti vocali e AI.

V.O.: Per capire il futuro, dobbiamo analizzare tre pilastri. Iniziamo dal ricevente. La pubblicità del

Tutta la filiera produttiva può essere eseguita con i vari strumenti AI: creazione dei testi, audio, immagini, video...

come posso realizzare questo video usando gli strumenti dell'AI?

Per realizzare questo video utilizzando strumenti di intelligenza artificiale, puoi seguire questi passaggi, suddividendo il processo per tipo di risorsa (testo, voce, immagini/video):

1. Generazione della Voce Fuori Campo (V.O.)

- **Strumenti AI:**
  - **ElevenLabs:** Ottimo per voci sintetiche di alta qualità e dall'aspetto naturale, con diverse opzioni di intonazione ed emozione.
  - **Murf.ai:** Offre una vasta gamma di voci AI e opzioni di personalizzazione, utile per dare un tono specifico al tuo video.
  - **Descript (funzione Overdub):** Se hai una tua registrazione vocale e vuoi "clonare" la tua voce per generare nuovo audio dal testo.
- **Processo:**
  1. Copia e incolla il testo della sceneggiatura nella piattaforma AI di sintesi vocale.
  2. Scegli una voce che si adatti al tono del video (professionale, coinvolgente, ecc.).
  3. Aggiusta la velocità, le pause e l'enfasi per renderla più naturale.

E’ importante però imparare a creare contenuti di valore per il pubblico che ci interessa

Se volete approfondire questi dati

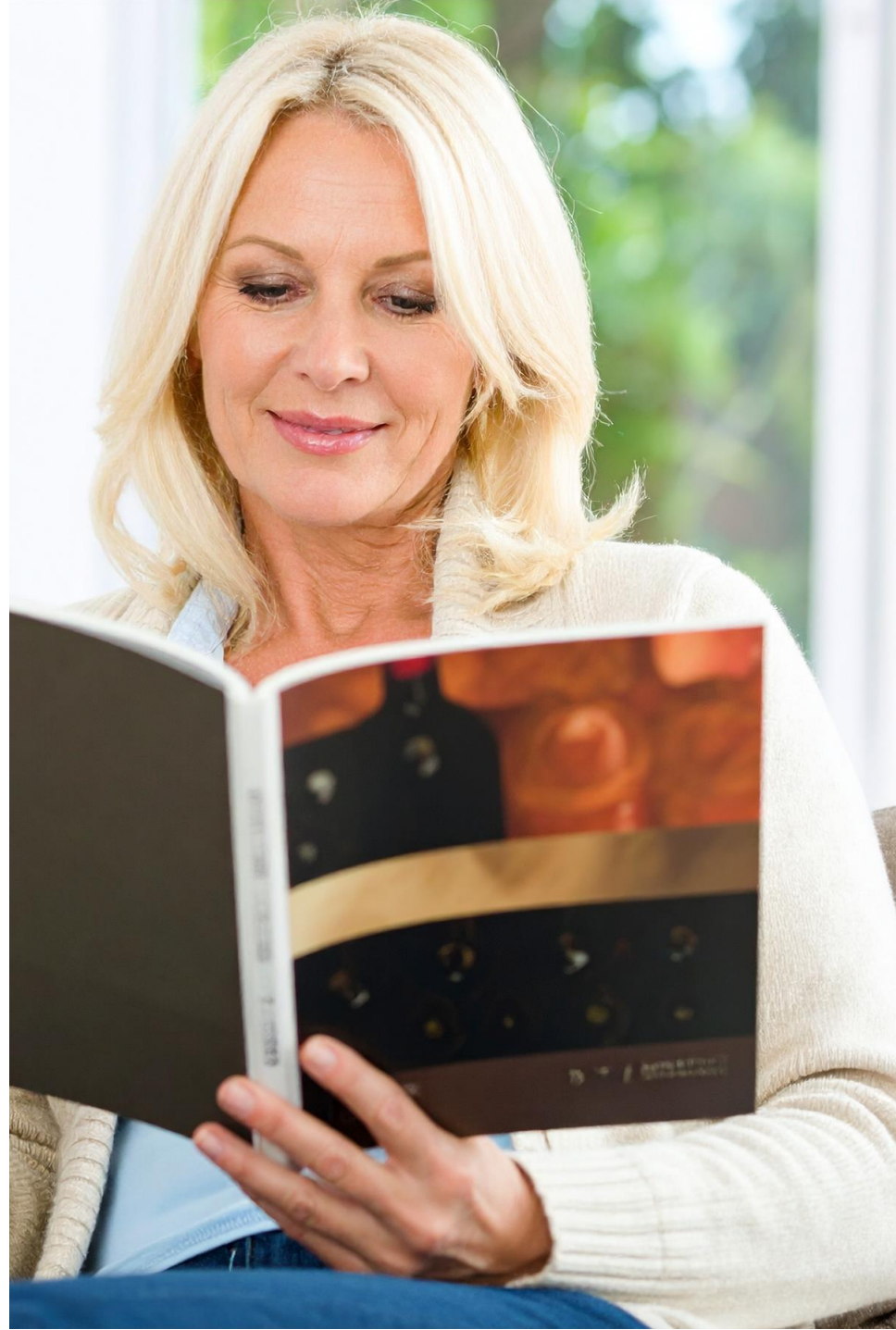
- Digital 2025
- Digital 2025 Italia

La comunicazione diretta

Quali sono i media della comunicazione diretta?

I media della comunicazione diretta

- Telefonate (call center - telemarketing)
- **Posta cartacea** (es. **cataloghi, riviste**)
- Couponing (fisici e digitali)
- **Email** (DEM: direct email)
- Social Network messaggi diretti
- **Newsletter**



Direct Marketing

La comunicazione one-to-one è sicuramente la forma più efficace di comunicazione. Dopo il venditore, il **direct response** consente questo **approccio personalizzato** che funziona anche utilizzando media apparentemente obsoleti, come le **lettere, i cataloghi cartacei o le telefonate**.

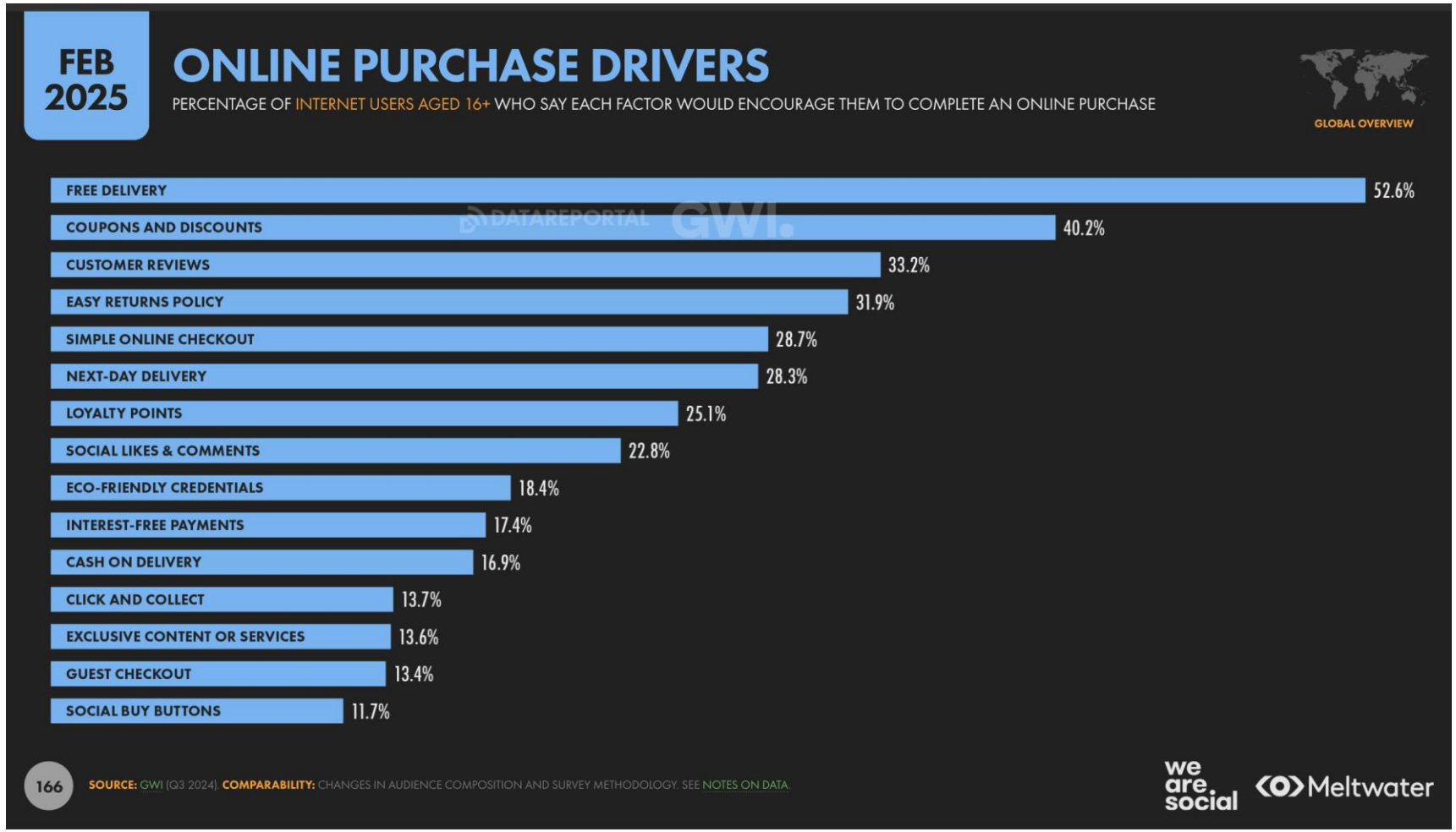
E’ solo diventato più economico e più raffinato grazie al digitale.

Va bene lo sconto... però...

La strategia più utilizzata è quella promozionale, mentre si potrebbe **accompagnare con del contenuto interessante** per i clienti.

L'utilizzo di database profilati e AI consentirà la creazione di **contenuti personalizzati**

Se fate attività promozionali online spedizioni gratuite e sconti sono sempre i preferiti...

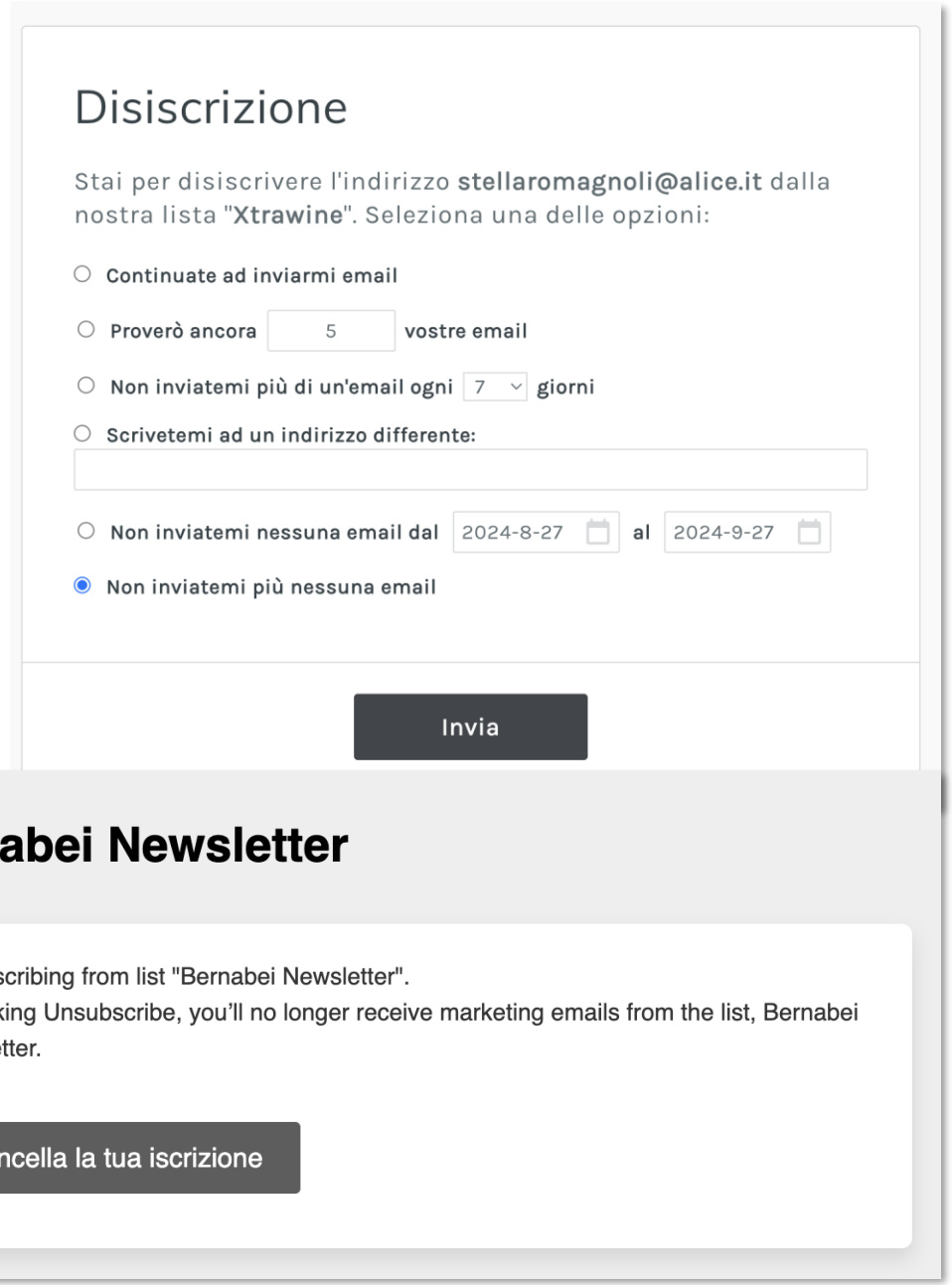


Permission marketing

Chiunque voglia fare direct communication **deve rispettare le norme sulla privacy**, occorre quindi: **chiedere il consenso:**

- per il **trattamento dei dati** e
- per poter eventualmente **ricontattare** il potenziale cliente (lead)

E consentire di **annullare questo consenso**.



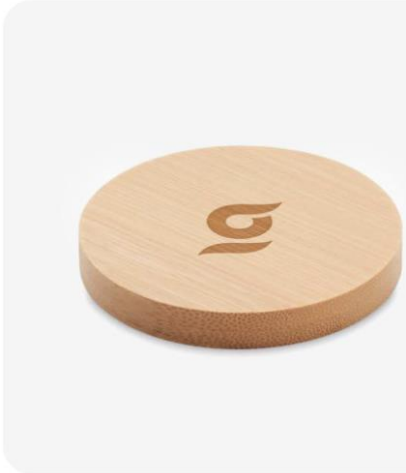
Non trascuriamo la fisicità

La posta è tangibile, rimane e raggiunge le fasce di popolazione non digitalizzate.
Il contenuto delle mail cartacee deve essere:

- **Informativo**
- **Utile**: qualcosa che rimane
- **Brandizzato** (per richiamare il brand)

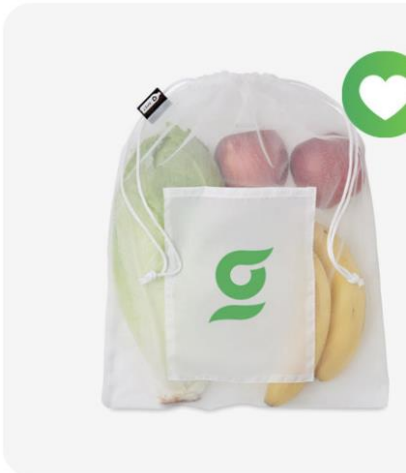
E bisogna cercare di deliziare chi lo riceve

Apribottiglie Personalizzati



Sottobicchieri

Magneti da Frigo Personalizzati



Shopper Ecologiche

I punti vendita

Punto vendita per comunicare

L’esperienza fisica e sensoriale non perderà di importanza in futuro (es. degustazioni)

Oggi abbiamo punti vendita fisici e digitali (e.commerce)
Bisogna gestire in modo integrato queste due realtà

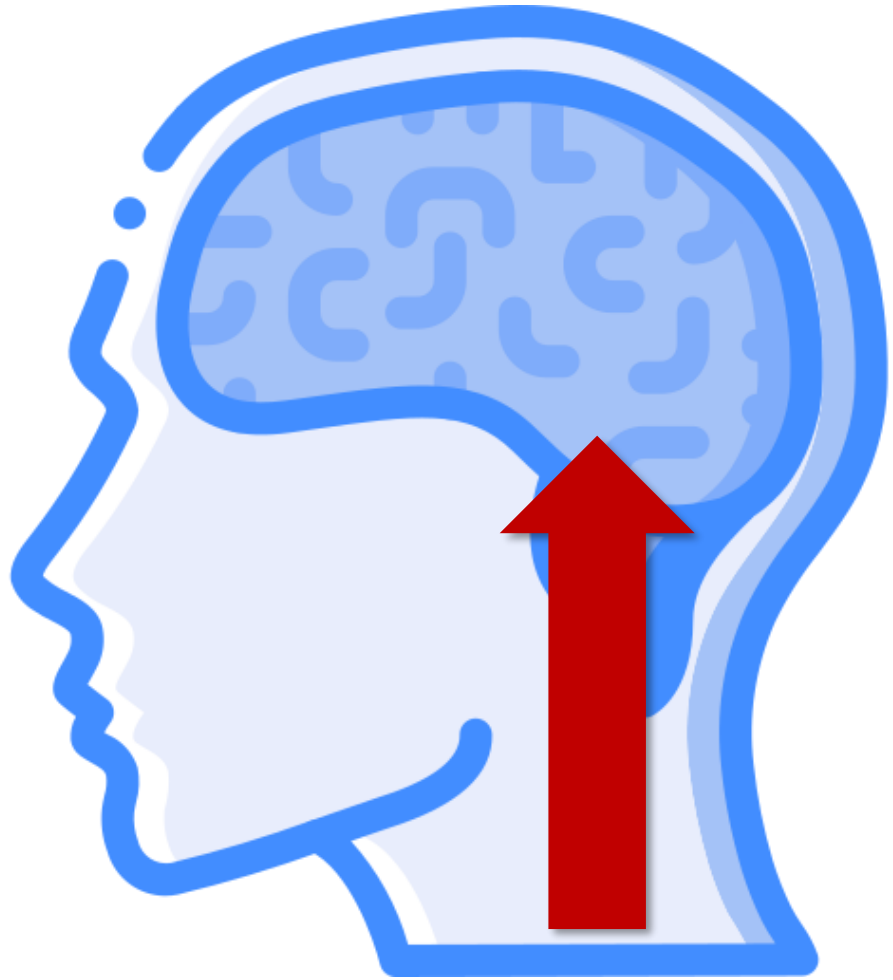
Incontri dal vivo, eventi, masterclass sono occasioni importanti per promuovere il proprio prodotto.

Obiettivo: **creare un’emozione**

E’ stato dimostrato che il nostro cervello prende le decisioni in modo istintivo, e POI razionalizza

E il cervello primario è molto **influenzato dalle emozioni.**

Trovare il modo di associare il proprio brand ad uno stato emozionale positivo è decisivo



Venditori

I venditori e la comunicazione

Nel B2B
Nelle attività al dettaglio
Nella guida alla degustazione

Il venditore ha un ruolo informativo verso l'esterno, ma anche interno, nei riguardi dell'azienda stessa.

Anche qui la parola chiave si lega ad un'emozione: **la fiducia**

Packaging

Il packaging comunicherà sempre di più

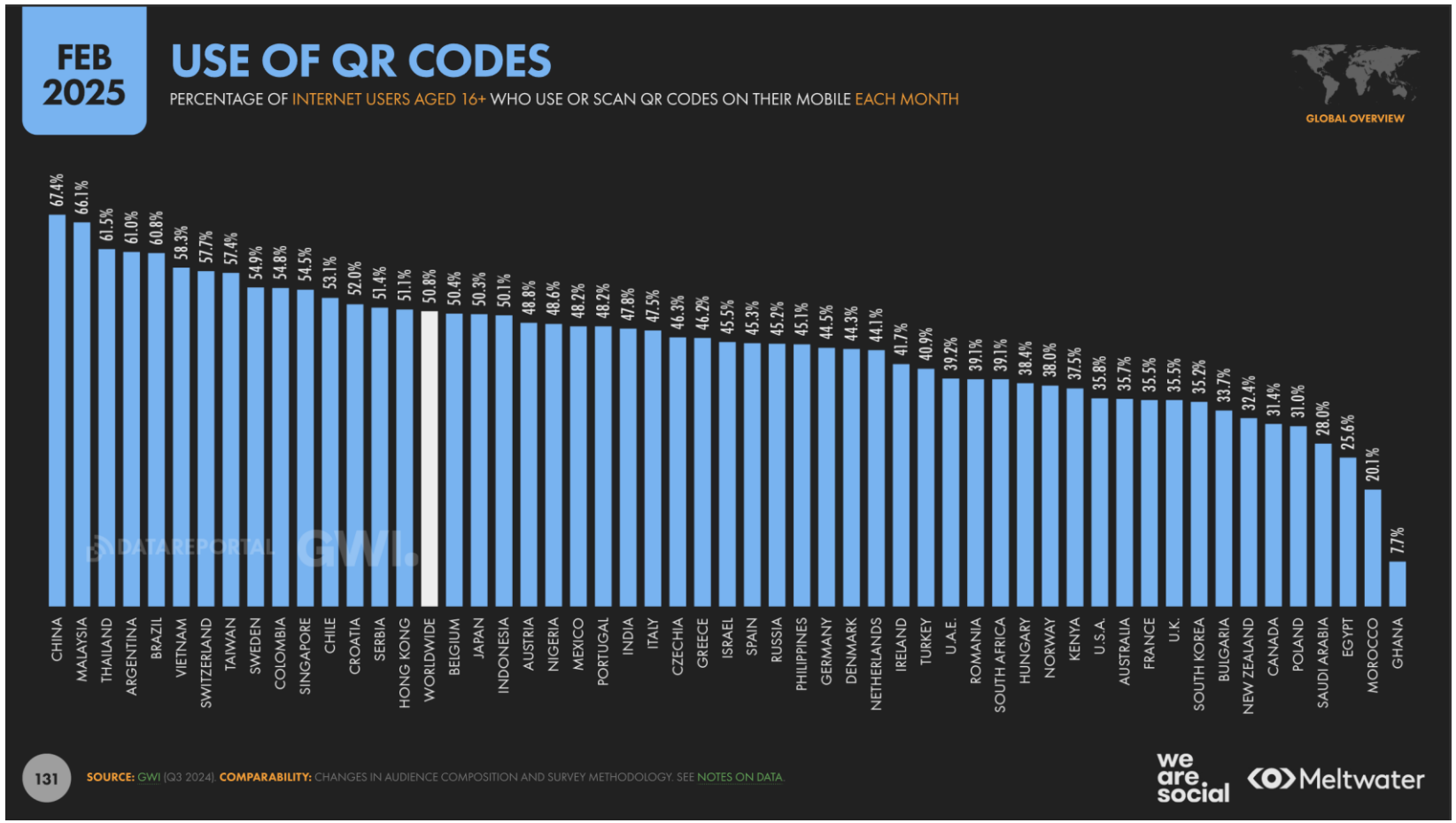
Grazie all’intelligenza artificiale, alla realtà aumentata, e a chissà a quale nuova tecnologia, le bottiglie e le etichette creeranno nuove forme di comunicazione

Interagiranno con il potenziale acquirente, daranno informazioni e potranno stimolare un’esperienza

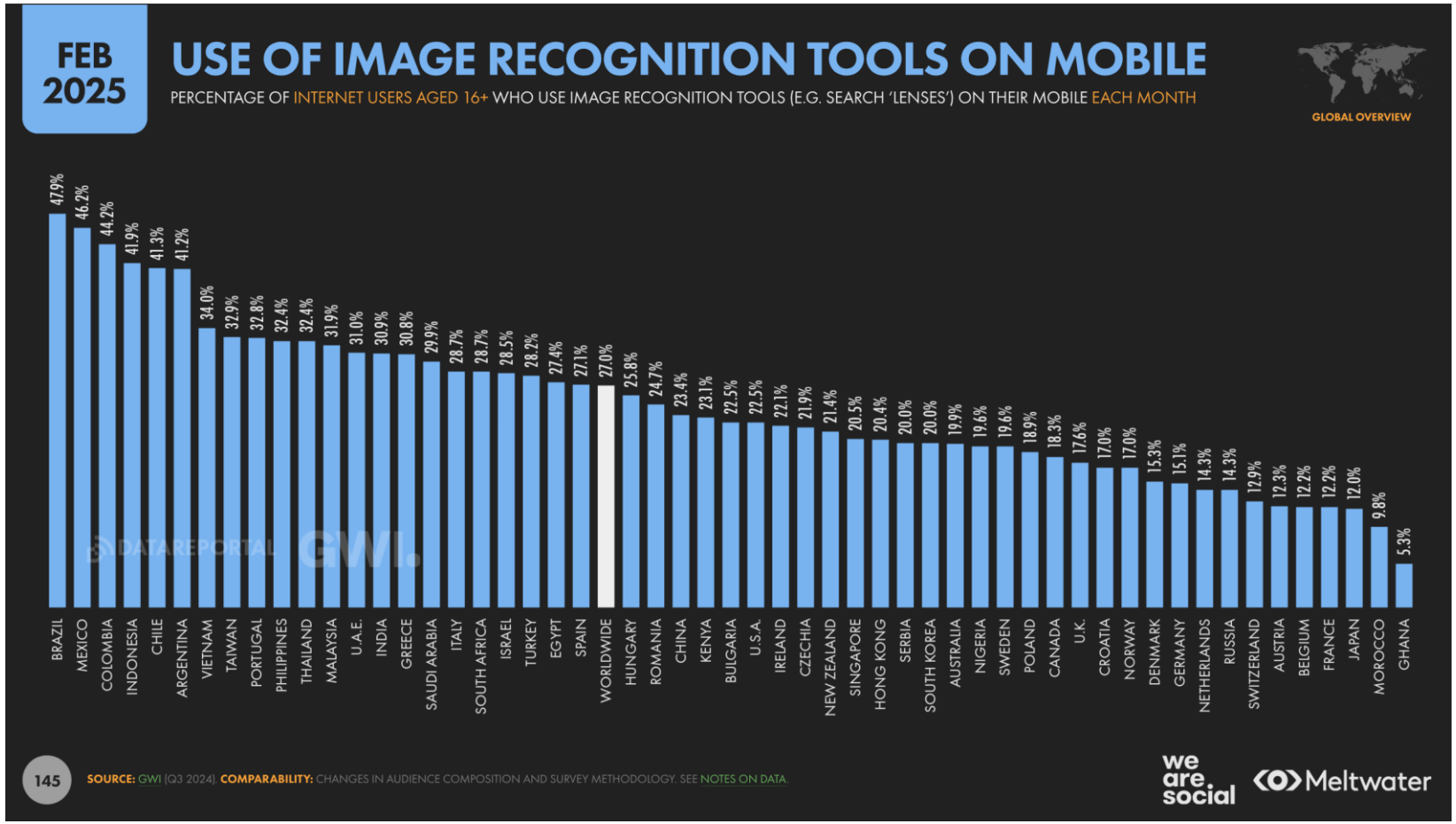
Ci sarà sempre maggiore attenzione alla sostenibilità

Già oggi il Qrcode è molto utilizzato

Potrebbe essere utile per la narrazione creata con la content strategy



Ma si svilupperà anche il riconoscimento dell'immagine



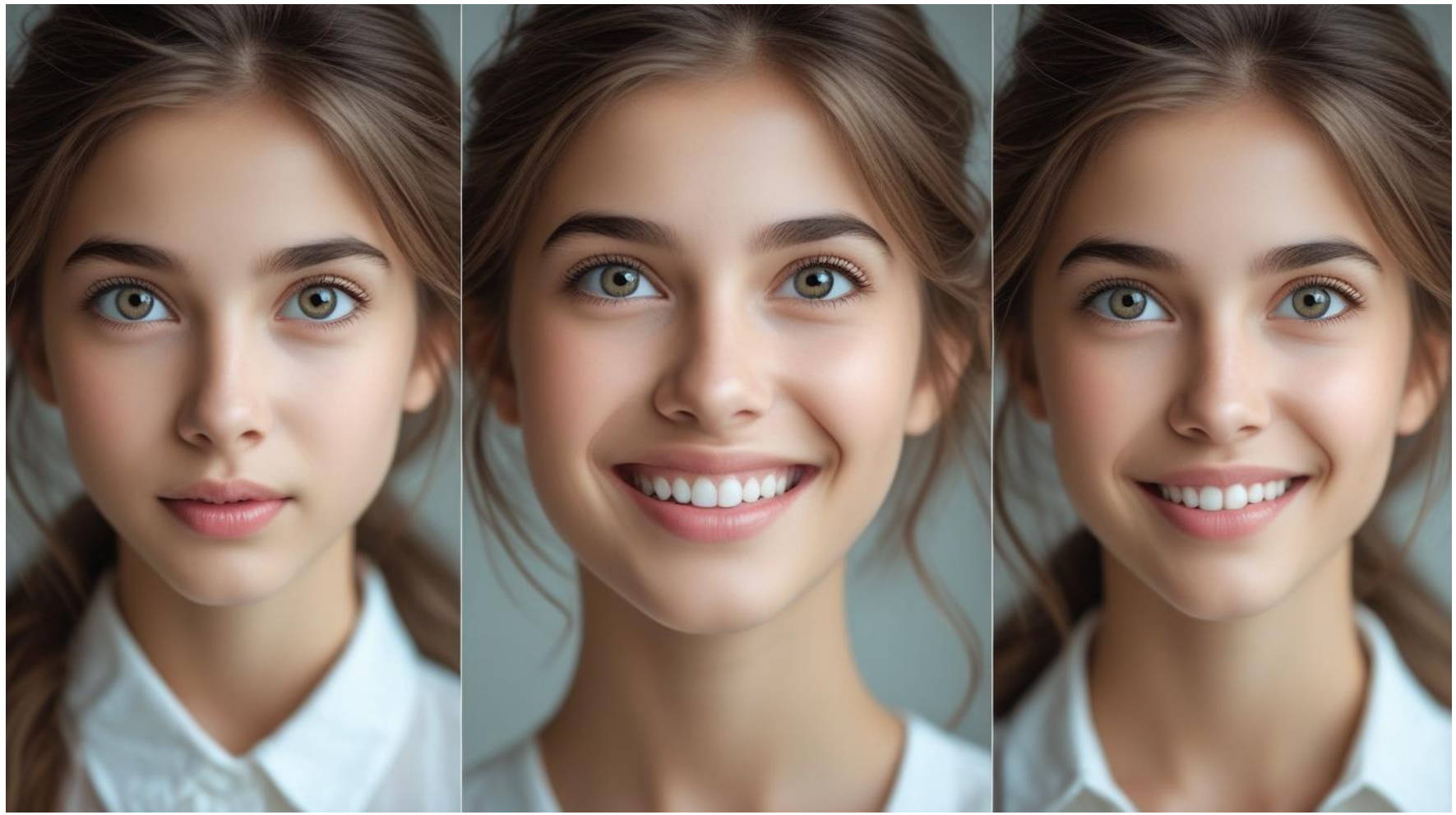
In sintesi

Quando si imposta un piano di comunicazione i **media proprietari sono i primi** che dobbiamo considerare

Sarà sempre più importante la **strategia di creazione di contenuti**

Anche se i **touchpoint digitali** saranno sempre più rilevanti, non trascuriamo quelli **fisici**

Le mie 3 keywords: Attenzione, Emozione e Fiducia



GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

fondazione banfi
SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

fondazionebanfi.it