

DIGITAL TALK

Chi ha paura di Instagram?

storie di panico quotidiano

way.
ey Longville.
ed car park (GR
with map, "GD"
ome of thes
hen ascer
you meet
ead, half
to (in
otpath and
oint; do not

otbridge. Th
ais southern
have been





Mi presento

VALENTINA VELLUCCI

Digital Analyst & Associated Partner
@Magilla

- Preparazione umanistica
- Specializzata nella metodologia data-driven content
- Lavoro nel digital marketing dal 2010
- Il (web) marketing è una guerra per l'attenzione.




Oggi vedremo insieme

MOMENTO ZERO

1. Memorabilità.
2. La differenza fra post e contenuto
3. Non è tutto ON LINE quel che luccica
4. 7 consigli pratici per usare i social in modo efficace

***Momento
Zero***



Quale
social
valutate
più
redditivo?

OK, close by, or
NAVY.

FACEBOOK

INSTAGRAM

PINTEREST

YOUTUBE

TIK TOK

WECHAT





Quanto
tempo
dedicate
alla
gestione
SOCIAL?

OK, close by, or
NAVY.

1 H/GIORNO

3 H/ SETTIMANA

4H / MESE



Quanti di
voi

SONO SU
INSTAGRAM

DETESTANO
I SOCIAL

FANNO ADV
SU
INSTAGRAM

USANO LE
STORIES IG



NON SONO SUI
SOCIAL PERCHE'

MANCANZA DI
PROFITTO

I miei prodotti non si
vendono con i like.

MANCANZA DI
TEMPO

Devo lavorare, non ho
anche il tempo di
postare

MANCANZA DI
FIDUCIA

Chissà chi possiede la
mia ID?

SONO SUI SOCIAL
con l'obiettivo di

AUMENTARE LA MIA AWARENESS

e creare un legame di fiducia con l'audience.

FIDELIZZARE I CLIENTI
ESISTENTI

e magari aumentare lo scontrino medio

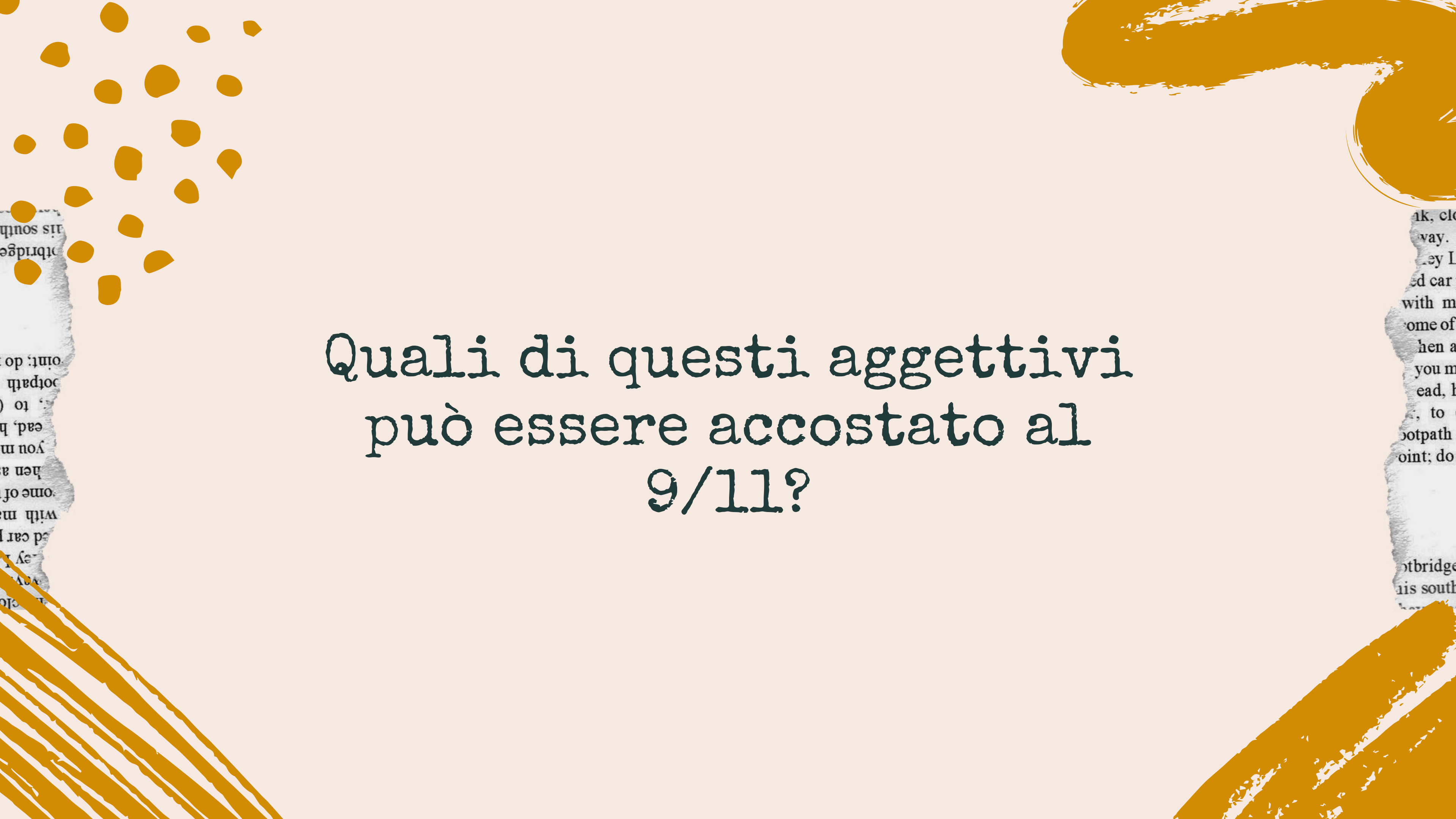
AMPLIARE IL MERCATO DI
VENDITA

su un canale che mi permette un controllato
accesso economico



1. Memorabilità





Quali di questi aggettivi
può essere accostato al
9/11?

South
bridge

point; do
path

to

head, h

you m

hen a

ome of

with m

ad car

ay

VA

clo

er

er

er

rk, clo

vay.

ey L

ed car

with m

ome of

hen a

you m

ead, h

, to

ootpath

oint; do

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

er

Partecipato

...south
...bridge
...op; into
...path
... to
...ead, h
...you m
...hen a
...ome of
...with m
...ad car
...ay
...VA
...clo

...k, clo
...way.
...ey L
...ed car
...with m
...ome of
...hen a
...you m
...ead, h
...to
...ootpath
...oint; do
...otbridge
...ais south

Partecipato Famoso

-
-

quos sit
bridge
op; mo
path
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ad car
ay
VA
clo

rk, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
otpath
oint; do
otbridge
ais south

Partecipato Famoso Notiziabile

-
-
-

...south
...bridge
...point; do
...path
...to
...ead, h
...you m
...hen a
...ome of
...with m
...ad car
...ay
...VA
...clo

...k, clo
...way.
...ey L
...ed car
...with m
...ome of
...hen a
...you m
...ead, h
...to
...ootpath
...oint; do
...otbridge
...ais south

Partecipato
Famoso
Notiziabile
Conosciuto

-
-
-
-

quos sit
bridge
op; mo
opath
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ad car
ay
VA
clo

ik, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south

Partecipato
Famoso
Notiziabile
Conosciuto
Globale

-
-
-
-
-

South
bridge
op into
path
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ad car
ay
VA
clo

nk, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south

Partecipato
Famoso
Notiziabile
Conosciuto
Globale
Memorabile

-
-
-
-
-
-

quos sit
bridge
op :mo
opath
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ad car
ay
VA
clo

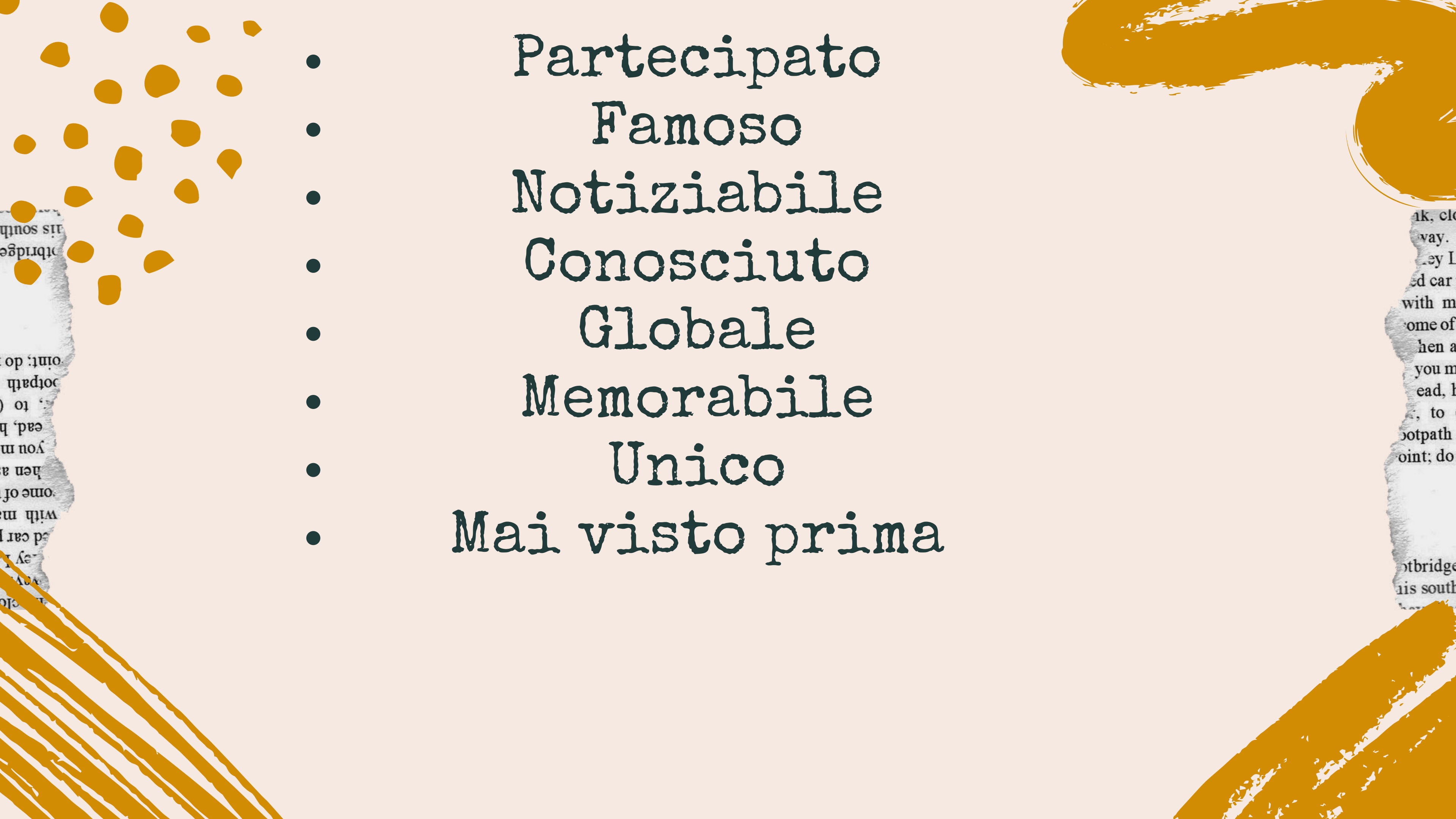
rk, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south

Partecipato
Famoso
Notiziabile
Conosciuto
Globale
Memorabile
Unico

-
-
-
-
-
-
-

South
bridge
op into
path
to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ed car
ay
VA
clo

nk, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south

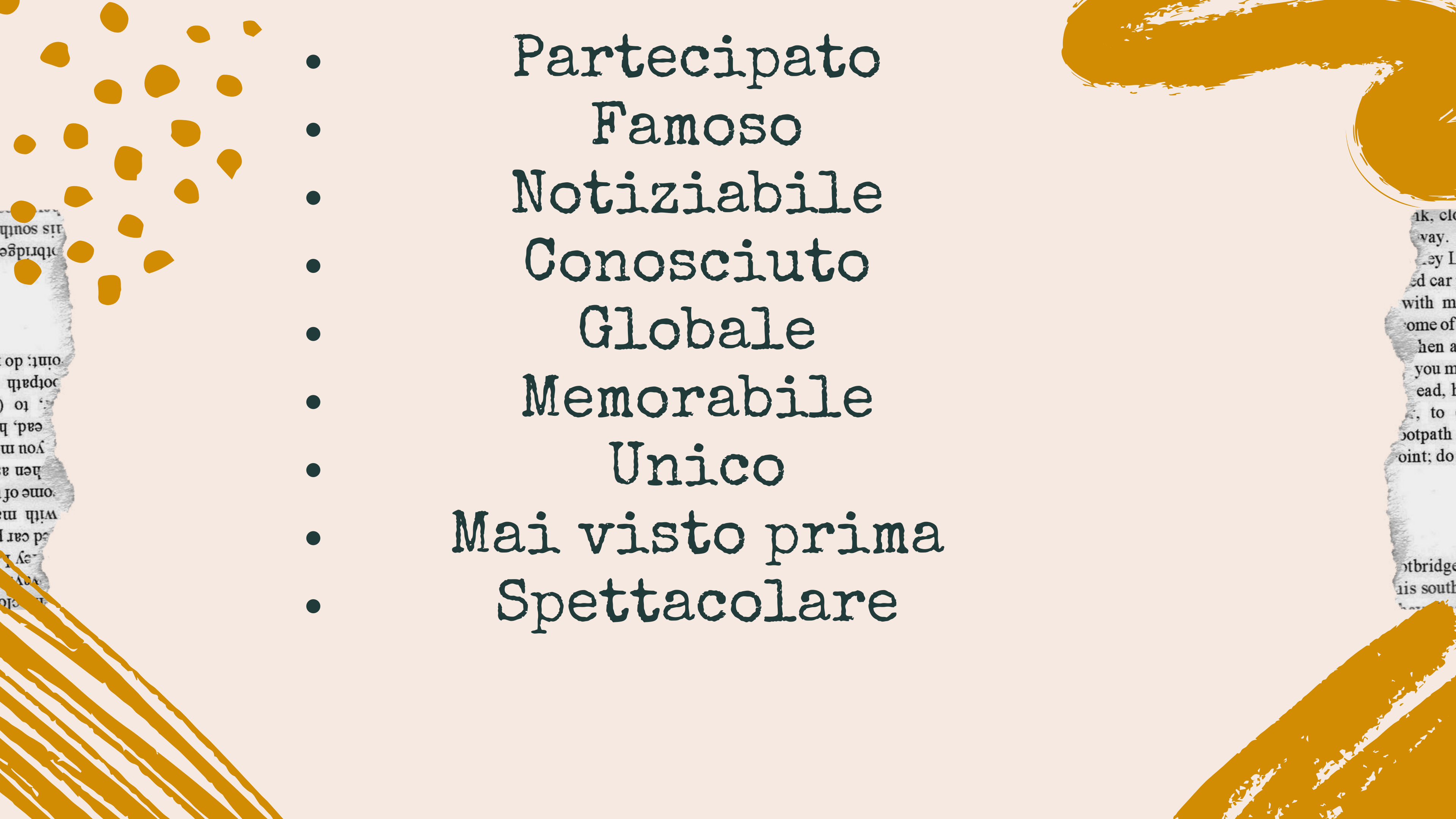


- Partecipato
- Famoso
- Notiziabile
- Conosciuto
- Globale
- Memorabile
- Unico
- Mai visto prima

Partecipato
Famoso
Notiziabile
Conosciuto
Globale
Memorabile
Unico
Mai visto prima
Spettacolare

quos sit
bridge
op :mo
path
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ed car
ay
VA
clo

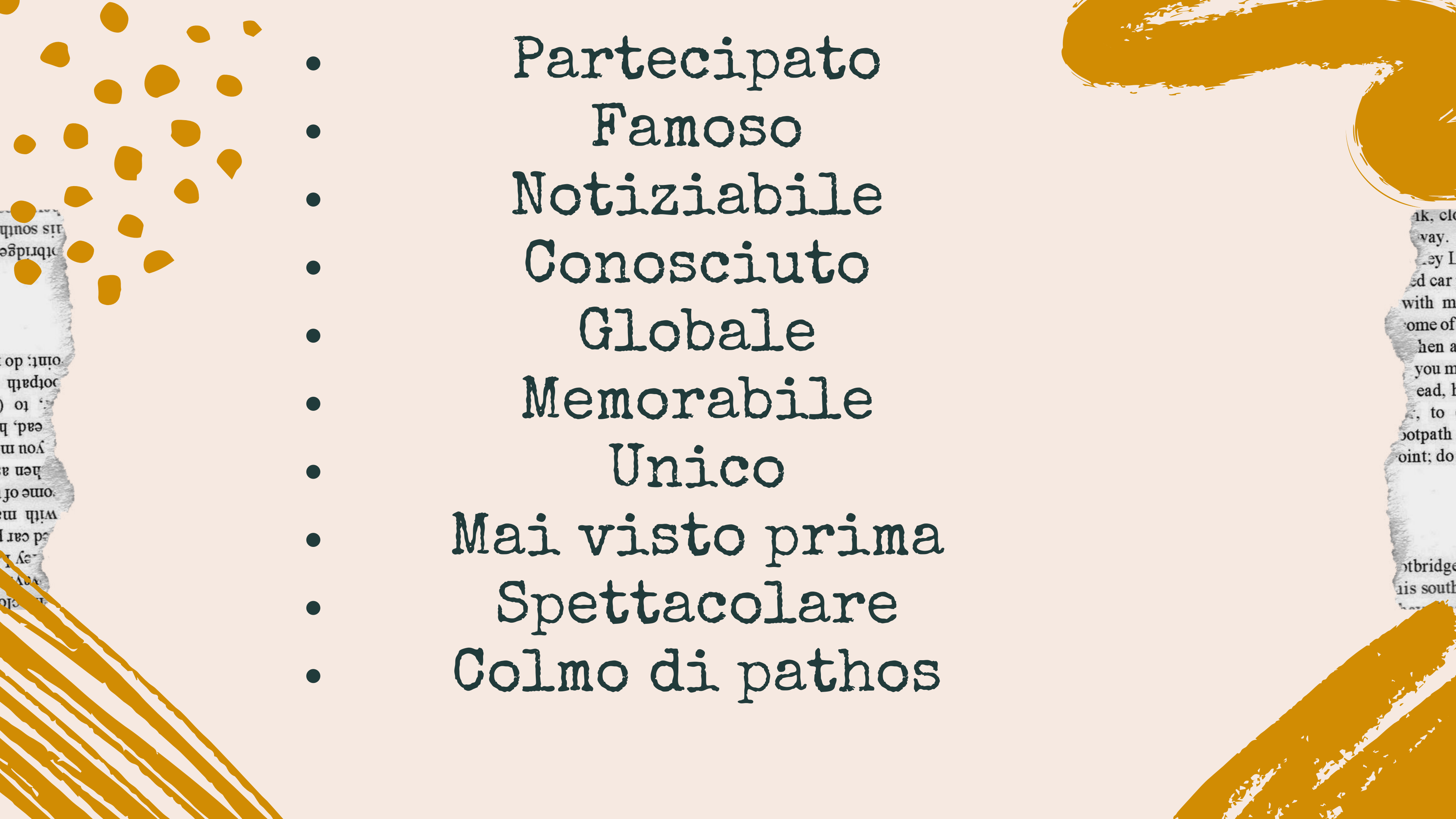
rk, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south




- Partecipato
- Famoso
- Notiziabile
- Conosciuto
- Globale
- Memorabile
- Unico
- Mai visto prima
- Spettacolare

quos sit
bridge
op :mo
opath
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ed car
ay
VA
clo

ik, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south



- Partecipato
- Famoso
- Notiziabile
- Conosciuto
- Globale
- Memorabile
- Unico
- Mai visto prima
- Spettacolare
- Colmo di pathos



- Partecipato
- Famoso
- Notiziabile
- Conosciuto
- Globale
- Memorabile
- Unico
- Mai visto prima
- Spettacolare
- Colmo di pathos
- Immerviso

quos sit
bridge
op :mo
path
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ed car
ay
VA
clo

ik, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south

Partecipato

Famoso

Notiziabile

Conosciuto

Globale

Memorabile

Unico

Mai visto prima

Spettacolare

Colmo di pathos

Immersivo

Iconico

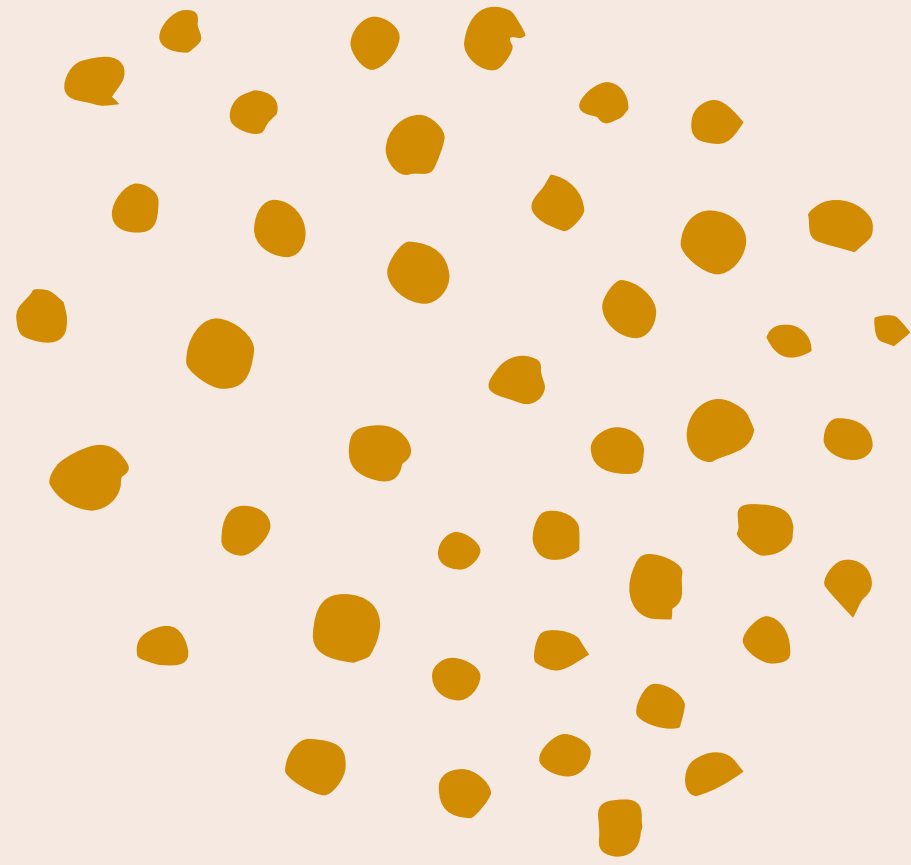
quinos sit
bridge
op :mo
opath
) to
ead, h
you m
hen a
ome of
with m
ad car
ay
VA
clo

ik, clo
way.
ey L
ed car
with m
ome of
hen a
you m
ead, h
, to
ootpath
oint; do
otbridge
ais south



- Più di 100 i milioni di ore Tv guardate dagli italiani martedì 11 settembre secondo la Cirm
- Dopo l'11 settembre la popolarità di Bush salì all'86% su territorio americano

11/09 è stato decretato l'evento più massmediatico a effetto POLARIZZANTE della storia recente pre-social media. (9/11 Memorial)



- Partecipato
- Famoso
- Notiziabile
- Conosciuto
- Globale
- Memorabile
- Unico
- Mai visto prima
- Spettacolare
- Colmo di pathos
- Immersivo
- Iconico



Branding?

- Partecipato
- Famoso
- Notiziabile
- Conosciuto
- Globale
- Memorabile
- Unico
- Mai visto prima
- Spettacolare
- Colmo di pathos
- Immersivo
- Iconico



***purchè se
ne parli***

***il più grande SMM
di tutti i tempi***





***purchè se
ne parli***

***il più grande SMM
di tutti i tempi***





***purchè se
ne parli***



***perchè se
ne parli.***

Basta far
rumore

PER FARE
BRANDING?





BRANDS ARE BORING



BRANDS ARE BORING

STORIES ARE ROARING

2. La differenza fra un post e un contenuto

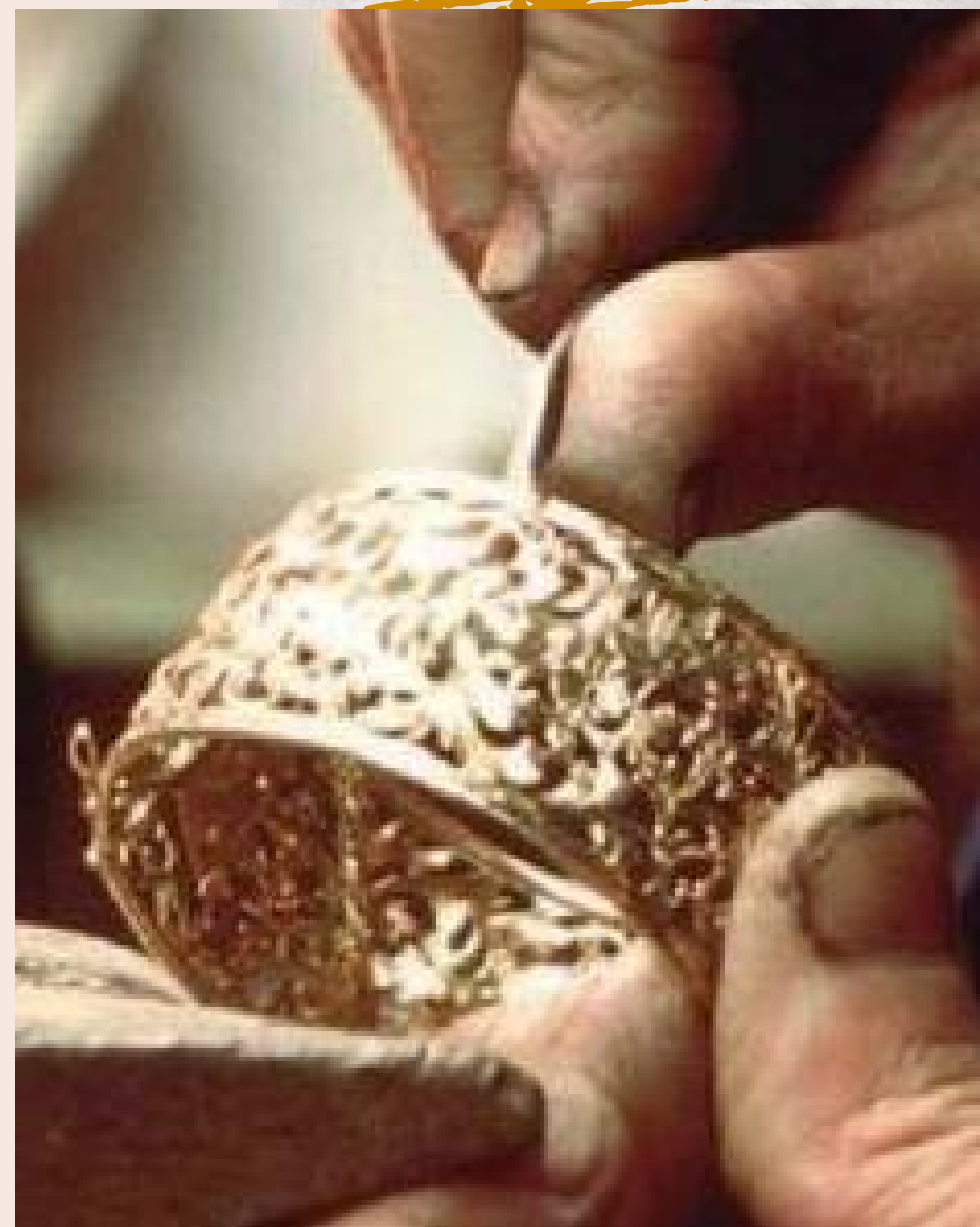


Investo sui social

PER COSTRUIRE UN COSÌDETTO
CONTENUTO DI VALORE!

Contenuto di Valore

Concept di brand declinato secondo un mood editoriale utile a rappresentare degnamente e coerentemente i valori del marchio



Contenuto di Valore

01 Vincere la guerra
dell'attenzione.

ATTRAVERSO LA NARRAZIONE





Cartier Cartier love breath dia...
global.rakuten.com · **In stock**



CARTIER - LOVE 18ct yel...
selfridges.com · **In stock**



Cartier 750 Gold LOVE Br...
reebonz.com · **In stock**



Astrua 1860 - CARTIER SANTO...
astrua.com



Santos de Cartier Medium M...
watches-of-switzerland.co.uk · 1...



RELOJ CARTIER PANTHÈRE ...
perequera.com



Cartier Panthere de Cartier ...
jomashop.com · **In stock**



Bracciale Cartier Love 35327...
collectorsquare.com



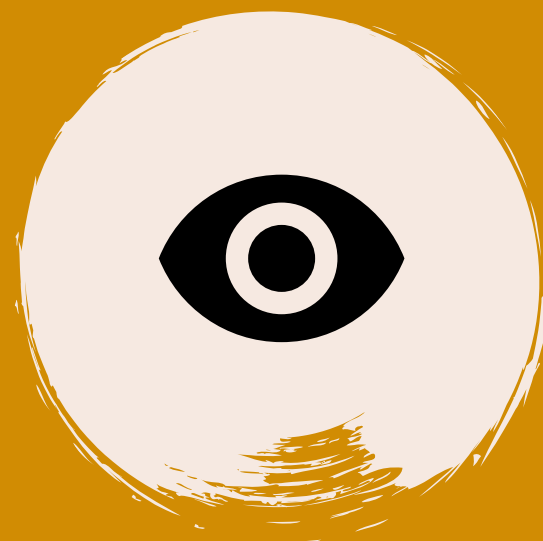
QUALI SONO LE DIVERSE
ASPETTATIVE CHE L'UTENTE HA FRA
UN ECOMMERCE E I SOCIAL



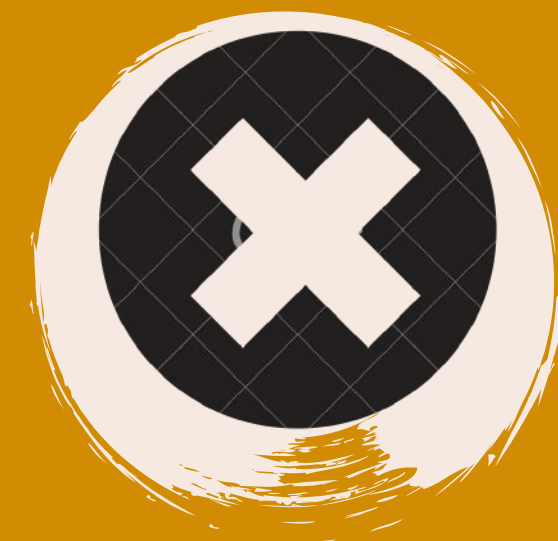
IT'S ALL ABOUT YOU



ESCLUSIVITA'



UNO SGUARDO
DIETRO LE QUINTE



L'IMPERFEZIONE
QUODIANA



La grande
differenza

PROGETTAZIONE

DISTILLAZIONE

NARRAZIONE



Romeo & Juliet High Jewelry Collection

15 Pin - 19,018 follower



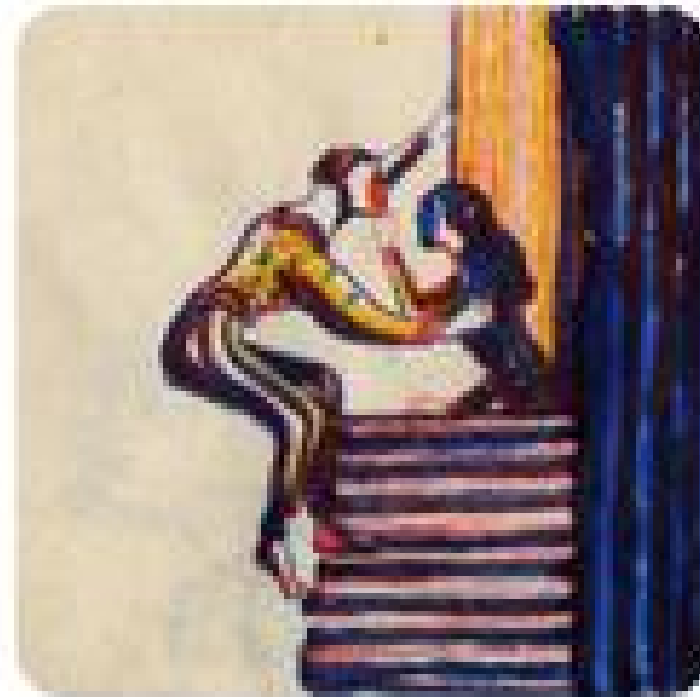
Romeo & Juliet

“O Romeo, Romeo, wherefore art thou Romeo?” Meet one...



Balcony clip

Can you guess which iconic scene this creation...



Night or day clip

Slide to discover how the tale of Romeo & Juliet...

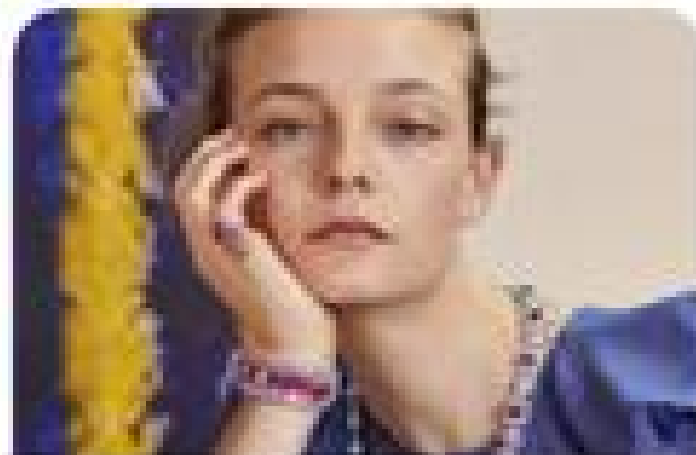


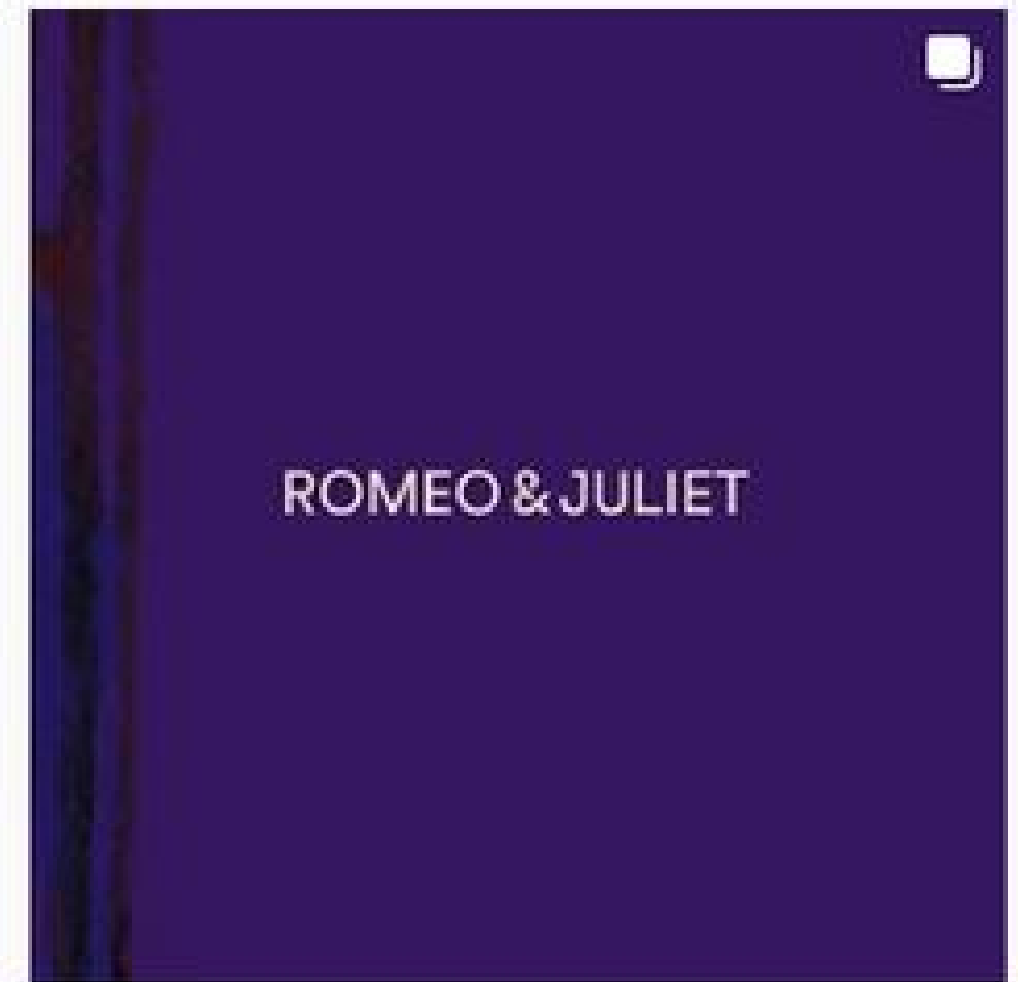
Bud of love

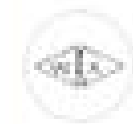
Dive into Romeo and Juliet's love story through artist...



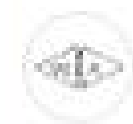
Lover's path bracelet







vancleefarpels • [Follow](#)

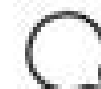


vancleefarpels Dive into Romeo and Juliet's love story through artist @lorenzomattotti's drawings. The luminous green of the emeralds on the Bud of Love earrings represents the lovers' infinite hope.
[#VCAromeoandjuliet](#) [#HighJewelry](#) [#VanCleefArpels](#)

28w



admajliantoros Wonderful Clip, kiss through the balcony
...Romeo & Juliette behind the balcony... great Creativity VCA



Liked by netrudman and 5,337 others

JULY 6, 2019

Add a comment...

Post





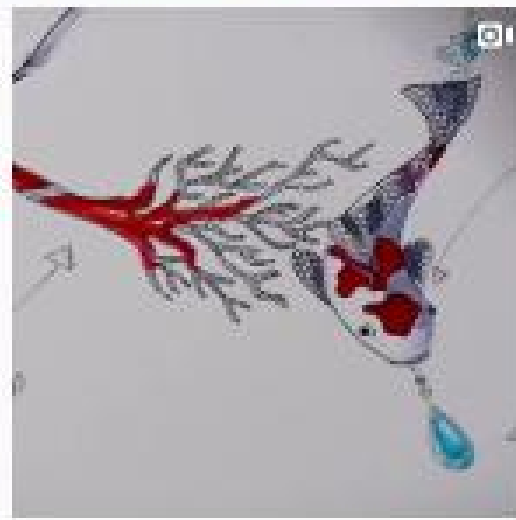
Missing Piece · Follow 45w



Missing Piece · Follow 20w







Educare alla bellezza

Educare l'utente al detox di uno scrolling compulsivo per ammirare il dettaglio, attraverso composizioni semplici e armoniose di timeline, riservando il dietro alle quinte alle stories

**3. Non è tutto *ON*
LINE quel che
*luccica***

David Yurman

INFLUENCER MARKETING

Campagna con media stampa per il primo LIVE
STREAMING FACEBOOK



David Yurman

INFLUENCER MARKETING

Influencer giovani in grado di rappresentare la continuità generazionale del marchio

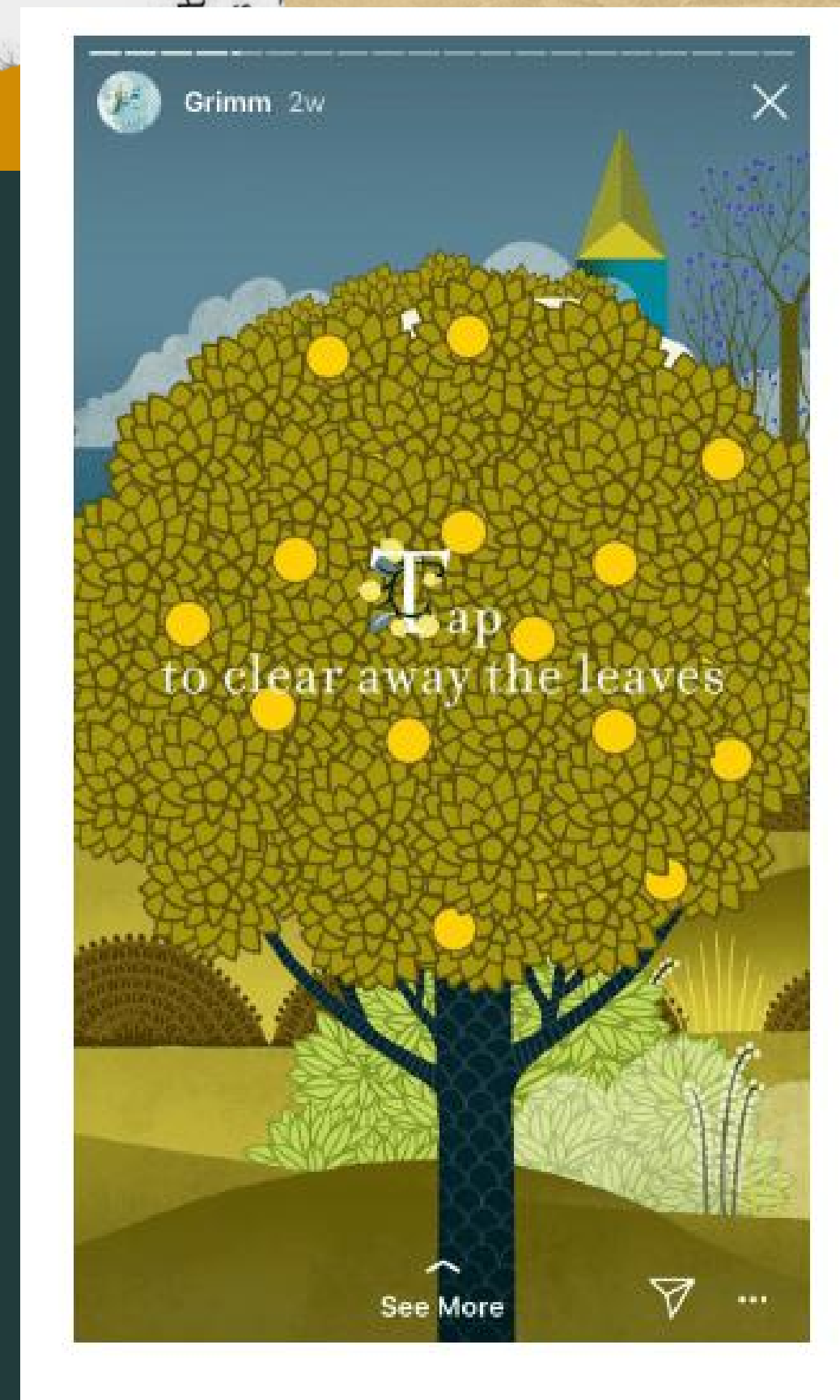


Van Cleef

INTERATTIVITÀ

Stories che creano esperienza interattiva e svelano tap dopo tap il contenuto.

Continuità fra social e-commerce



Buccellati

VIRTUAL INFLUENCER MARKETING

Esperienza con Noonooouri, influencer totalmente virtuale per enfatizzare il connubio ricchezza, lusso e tecnologia.



Damiani

INFLUENCER MARKETING & UGC

Le influencer raccontano un esclusivo party off line.

Gli opsiti sono invitati a ricondividere gli scatti più belli e/o a produrne sulla scia delle INFLU invitate



4.

**7 consigli pratici
per usare i
social in modo
efficace**

1h/week per 1 mese

SEGNALO SUL CALENDARIO

Scegli uno slot di un'ora settimanale per fare almeno 15 fra mini video e scatti ai gioielli di cui vorresti parlare.



Postare meno, postare meglio

LA QUANTITÀ NON SERVE
PIÙ

Condividere meno per lavorare meglio.
L'autoreferenzialità è il primo fattore di
distacco social fra utenti e brand.



Meno hashtag, più copy

SVILUPPA UN CONCETTO, NON
UN POST

Metti a contratto le menzioni delle
influencer, usa un hashtag di brand MA
NON FARE TRENINI DI HASHTAG. Non
servono a nessuno



Meno hashtag,
più copy,
più ADV

DAI AI TUOI CONTENUTI UNA
DEGNA DISTRIBUZIONE

Senza advertising tutto ciò che fai non
avrà l'opportunità di essere visto
all'esterno



Più imperfezioni, meno prodotto

SVILUPPA UN CONCETTO, NON
UN POST

Metti a contratto le menzioni delle
influencer, usa un hashtag di brand MA
NON FARE TRENINI DI HASHTAG. Non
servono a nessuno




ak, close by, or
way.
ey Longville.
ed car park (GR
with map, "GP"
ome of these and
hen ascend the
you meet a sign
ead, half right.
, to (in quick
otpath and over
oint; do not cross
otbridge. There i
his southern bank
have been made

Più stories, meno newfeed

REGALA IL MOMENTO PER
VALORIZZARE L'ETERNITA'

Metti a contratto le menzioni delle
influencer, usa un hashtag di brand MA
NON FARE TRENINI DI HASHTAG. Non
servono a nessuno



Vaidehi

A blend of tradition and exemplar art of
craftsmanship

Speaks the story of Hindu diety embossed
on metals which makes it a illustration of proficiency

[SHOP NOW](#)

ak, close by, or
way.
ey Longville.
ed car park (GR
with map, "GP"
ome of these and
hen ascend the
you meet a sign
ead, half right.
, to (in quick
otpath and over
oint; do not cross

otbridge. There i
his southern bank
have been work



COME POSSIAMO CREARE

STORIES STRATEGY

DATA-DRIVEN



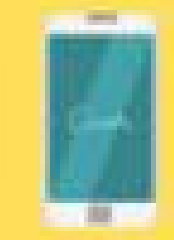
Data Driven STRATEGY



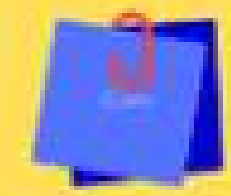
Branding



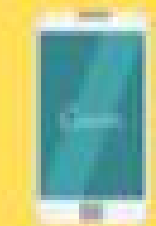
Selling



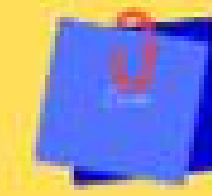
Promo Awareness



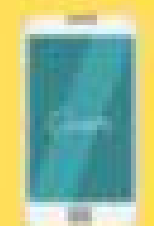
Istituzionale



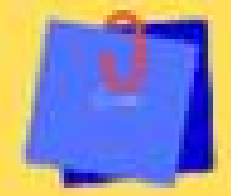
Behind the Scenes



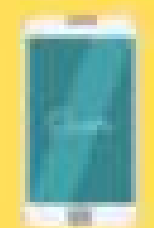
EyeCatching



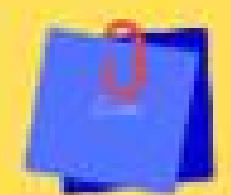
Promo SELL



Product /Business



We care about you

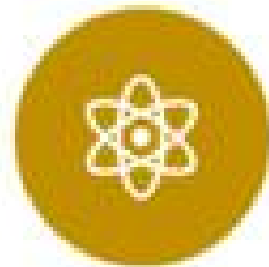


Shoppable

- Concept Strategy
- Visual Strategy

Se piaci a tutti qualcosa non va.

1k, close by, or



POLARIZZAZIONE



«SFRUTTAMENTO» di
BIAS
ECO CHAMBER
FILTER BUBBLE



Passaggio dall'empatia alla
sinestesia



Leve di relationship marketing



Input notiziabili anche per i
social, con relativo
abbandono del PED



Ritorno alla «creazione» di
brand lovers attraverso reali
community (non pagine
Facebook) che non devono
parlare col vostro prodotto
ma sentirsi migliori quando si
immaginano col vostro brand

tions are

tools.

Come fare la differenza

PIANIFICA

il contenuto

**DIFFERENZIA
LA TUA STORIA**

a partire da racconti
esclusivi

**CREA UNA
RELAZIONE CON
GLI UTENTI**

rispondendo ai commenti

3 tool utili



STORRITO

programmazione stories

<https://storrito.com/>



NINJANALYTICS

report delle performance

<https://www.ninjalitics.com/>



STORYART

editing stories & video

https://www.wisharcbuilder.com/products.html?app_storyart

Grazie per
il vostro
tempo



ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Providing the Future



the jewellery
boutique show

17 - 22 January 2020 | Vicenza - Italy

Restiamo in
contatto



VALENTINA

valentina@magillaguerrilla.it

SITO WEB

<https://magilla.agency>

PHONE NUMBER

3282704395

MINI BONUS



**Iscriviti a *MegaBite*:
lo snack più giallo
del web**

Compila il form per iscriverti a **MegaBite**
e ricevere ogni mese i nostri **snack news**

Nome (cognome)

Cognome (cognome)

Indirizzo (cognome)

Telefono

