

10 REGOLE PER COMBATTERE LA MONNEZZA SOCIAL

NICCOLÒ DI VITO
BRIEF



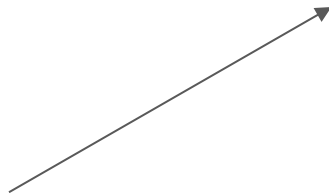
SIAMO SOMMERSI DA CONTENUTI SPAZZATURA E L'AVVENTO DELL'AI PEGGIORERÀ LE COSE



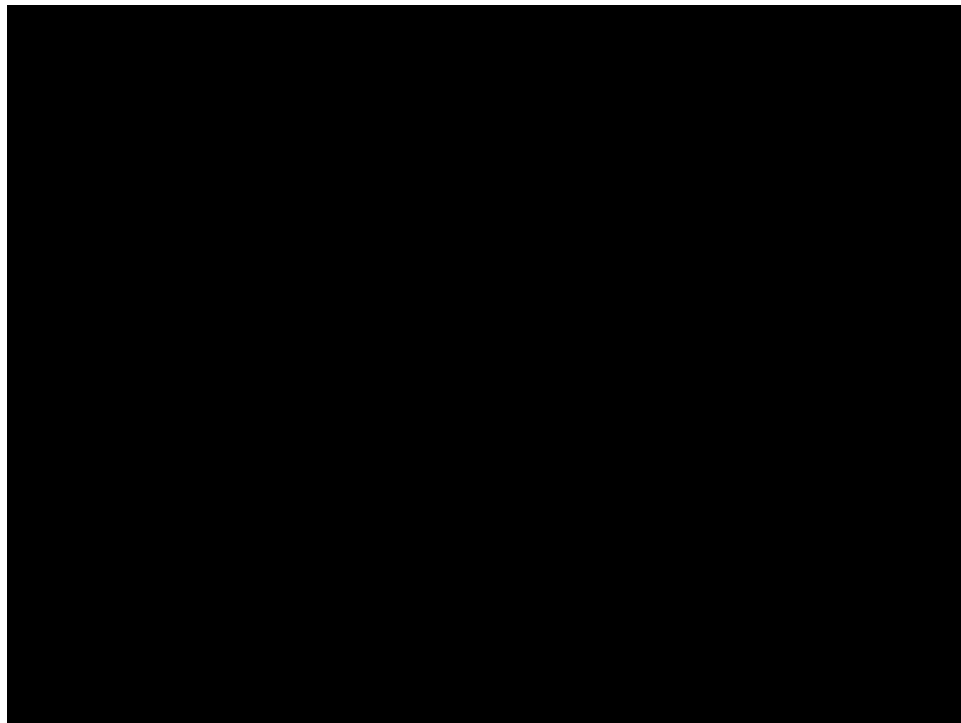
BIG024 *DOV'È FINITO IL PRESENTE?*

10-11 ottobre 2024
Villa D. Bombrini - Genova

DOBBIAMO CAPIRE IL VERO PERCHÉ DELLA CREAZIONE CONTENUTI, RITORNANDO ALLE RADICI DEL CONTENT MARKETING



QUESTO È PROPRIO LA SPAZZATURA A CUI SIAMO
TUTTI DESTINATI. LE RADICI. CAPITA? LE RADICI!!



1895 - JOHN DEERE'S

THE FURROW:

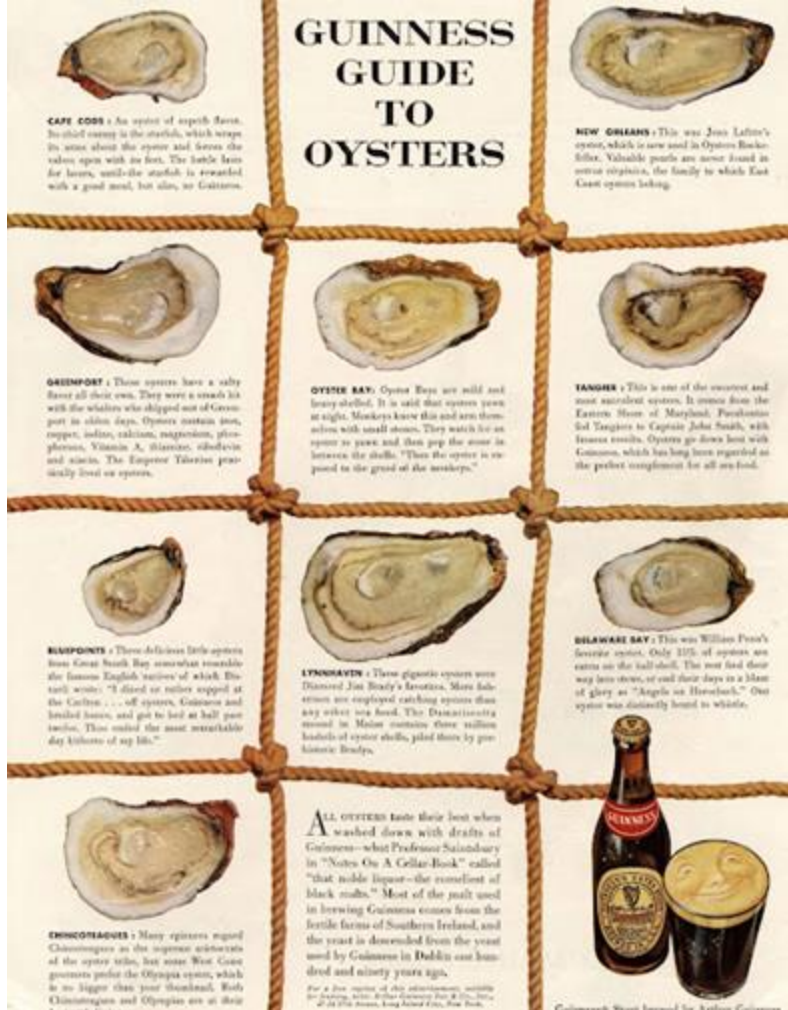
UNA DELLE PRIME RIVISTE DI CONTENT MARKETING, PROGETTATA PER EDUCARE I COLTIVATORI E OFFRIRE VALORE INFORMATIVO PIUTTOSTO CHE PROMUOVERE DIRETTAMENTE IL PRODOTTO. IL PRIMO NUMERO DI FURROW FU STAMPATO NEL 1895 E LA SUA POPOLARITÀ CREBBE RAPIDAMENTE; LA TIRATURA CREBBE FINO A RAGGIUNGERE PIÙ DI 4 MILIONI DI CONSUMATORI AL SUO APICE NEL 1912. OGGI, LA RIVISTA RAGGIUNGE CIRCA 570.000 CONSUMATORI NEGLI STATI UNITI E IN CANADA E CIRCA 2 MILIONI A LIVELLO GLOBALE, ATTRAVERSO LA STESSA RETE DI CONCESSIONARI JOHN DEERE CHE DISTRIBUIVA LA RIVISTA ORIGINALE.



1950 - GUINNESS GUIDE TO OYSTERS:

"OGILVY STAVA PRENDENDO IL TRENO PER TORNARE A CASA NEL CONNECTICUT UNA SERA DEL 1950 QUANDO GLI VENNE IN MENTE UN'IDEA PER LA GUINNESS. SCESE ALLA FERMATA SUCCESSIVA E CHIAMÒ IL SUO UFFICIO: "NON CI CREDERAI, HO AVUTO UN'IDEA" [...] IMMERGENDOSI NEL LIBRO DI UN BIOLOGO DI YALE SUI MOLLUSCHI, OGILVY CONCEPÌ "THE GUINNESS GUIDE TO OYSTERS", UNA GUIDA A NOVE VARIETÀ DI OSTRICHE. IL TESTO ERA DEL COPYWRITER PETER GEER; IL CONCETTO ERA PURO OGILVY. UN SUCCESSO IMMEDIATO, LA GUIDA ALLE OSTRICHE FU SEGUITA DA GUIDE A SELVAGGINA, FORMAGGI E ALTRI CIBI CHE SI SPOSANO BENE CON LA GUINNESS.

THE KING OF MADISON AVENUE



1990-2000: NASCITA DEL MARKETING DIGITALE

CON L'AVVENTO DEL WEB, LA DIFFUSIONE DI BLOG, NEWSLETTER E SITI WEB AZIENDALI HA PERMESSO DI AMPLIARE LA PORTATA DEL CONTENT MARKETING. IN QUESTO PERIODO, IL CONTENUTO ERA PRINCIPALMENTE INFORMATIVO E MIRATO A RISPONDERE A DOMANDE O RISOLVERE PROBLEMI SPECIFICI PER I CONSUMATORI

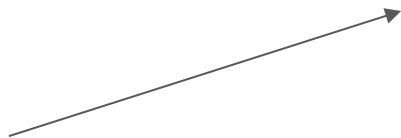
A HISTORY OF CONTENT MARKETING

FRED BEARD, BRIAN A. PETROTTA, LUDWIG DISCHNER · 31 AGO 2021

2010-2023: IL BOOM DEI SOCIAL MEDIA E L'ERA DELLE REGOLE

IN QUESTO DECENNIO, LE REGOLE DEI SOCIAL MEDIA HANNO PORTATO A UNA COMPETIZIONE FEROCIA PER L'ATTENZIONE DEGLI UTENTI. TECNICHE COME L'USO DI HOOK NEI PRIMI 5 SECONDI DI UN VIDEO E IL CLICKBAIT SONO DIVENTATE COMUNI, CON CONTENUTI SPESSO PROGETTATI PER MANIPOLARE GLI ALGORITMI PIUTTOSTO CHE FORNIRE VERO VALORE

2024: PRIMO ANNO DELL'ERA AI



ECCO QUESTO USIAMOLO COME L'ESEMPIO DI UNA COSA
CHE MI FA RIDERISSIMO MA CHE NON È QUALITÀ'



**L'AVVENTO DEI SOCIAL HA ALTERATO LA MISSIONE ORIGINALE
DEL CONTENT MARKETING, CONCENTRANDOSI SULLE REGOLE
DI INGAGGIO IMPOSTE DALLE PIATTAFORME**

**DOBBIAMO RIPORTARE ETICA E UTILITÀ
NELLA CREAZIONE DI CONTENUTI ONLINE**

LA DIFFERENZA TRA MESSAGGI PUBBLICITARI E CONTENUTI PUBBLICITARI



FIN DAL MEDIOEVO L'ADVERTISING, PAROLA CHE DERIVA DAL LATINO ADVERTERE ("GIRARSI VERSO", "DEVIARE"), AVEVA SEMPRE FUNZIONATO ALLO STESSO MODO: QUALSIASI LUOGO (UN MERCATO, UNA PIAZZA), AVVENIMENTO (UNA FESTA, UNA PROCLAMAZIONE), O CONTENUTO (UNA PERGAMENA, UN LIBRO) FOSSE IN GRADO DI ATTIRARE E MANTENERE L'ATTENZIONE DELLE PERSONE OFFRIVA ALLE ATTIVITÀ COMMERCIALI LA POSSIBILITÀ DI PROMUOVERSI E DI FARSI NOTARE. L'OBIETTIVO È SEMPRE STATO, APPUNTO, QUELLO DI "DEVIARE" L'ATTENZIONE DEL PUBBLICO, DI CATTURARE IL SUO INTERESSE, DI FARLO GIRARE VERSO" UN PRODOTTO ALL'INTERNO DI UNA VETRINA, SU UNA BANCARELLA, RAFFIGURATO IN FOTOGRAFIA. COME DISSE UNA VOLTA L'ILLUSIONISTA APOLLO ROBBINS, CONOSCIUTISSIMO SOPRATTUTTO PER LE SUE ABILITÀ DA MAGO-BORSEGGIATORE, «L'ATTENZIONE È COME L'ACQUA. SCORRE. È LIQUIDA. CREIAMO DEI CANALI PER DEVIAR-LA, E SPERIAMO CHE FLUISCA NELLA DIREZIONE CHE VOGLIAMO»

**I CONTENUTI DEVONO LEGARE GLI UTENTI AL BRAND
ATTRAVERSO L'UTILITÀ
NON SEGUIRE I TREND**

ECCO PERCHÉ DOBBIAMO DIRE BASTA ALLE REGOLE

E COME LO FACCIAMO?

...

...



CON 10 REGOLE

NON RUBARE TEMPO
NON CERCARE ASSUEFAZIONE
NON ROVINARE IL MONDO

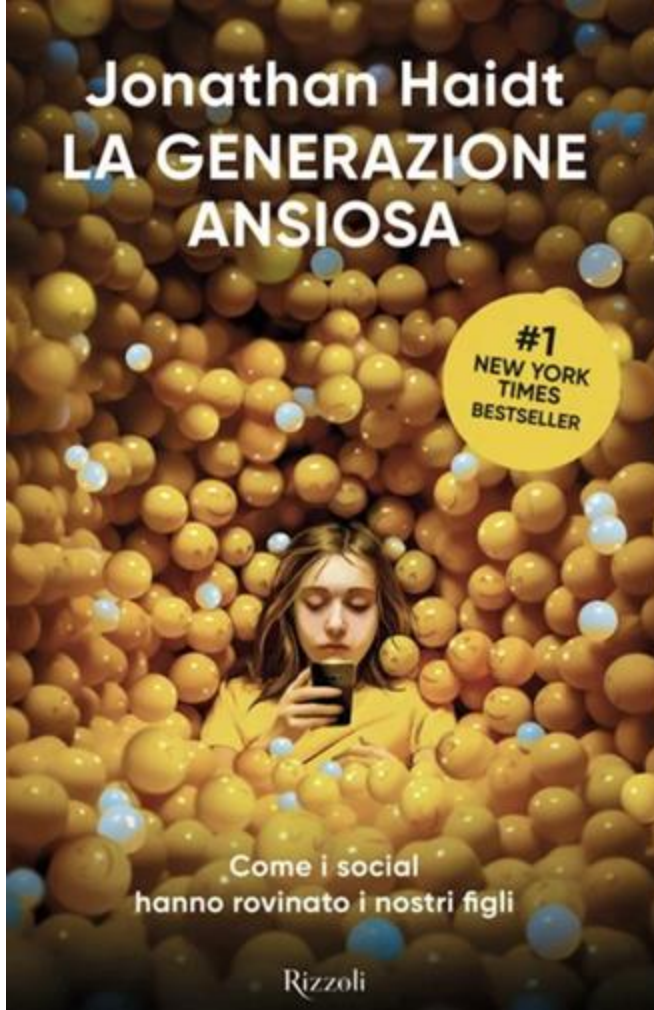


Jonathan Haidt LA GENERAZIONE ANSIOSA

#1
NEW YORK
TIMES
BESTSELLER

Come i social
hanno rovinato i nostri figli

Rizzoli



**IN UN'ERA DI ESG
LA PROSSIMA CERTIFICAZIONE
SARÀ SOCIAL
RISPETTA IL TEMPO CHE STAI CHIEDENDO**

Soldier surprises
girlfriend with
homecoming surprise!



**SII UTILE
INFORMA
CONSIGLIA
DIVERTI
EMOZIONA**

INFORMARE NON VUOL DIRE ANNOIARE



A VOLTE PUÒ ESSERE ANCHE SOLO BELLO







presents

**LAVORA PER IL BRAND NON PER LA PIATTAFORMA
LA CONSISTENCY NON È UNA REGOLA
E' SOLO UN INVITO**

100101

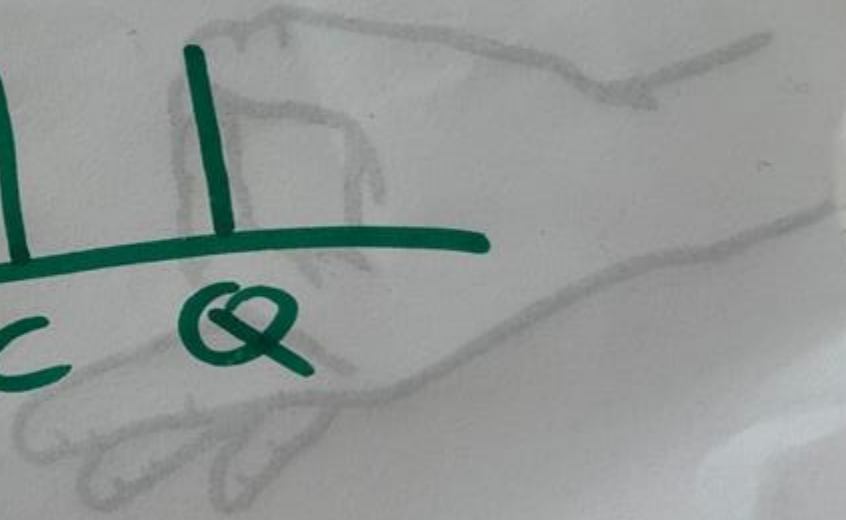



11
C Q

COITV

ESSE IN OTTAVO ANNO DI COITV
MINISTERO DELL'INTERNO

COITV



**USARE I TREND È COME PRENDERE
LA RUOTA DELLA MAGLIA GIALLA 
VIAGGI VELOCE E RISPARMI ENERGIA
MA NESSUNO STA DAVVERO APPLAUDENDO TE**

**NON LE MACCHINE
MA GLI UMANI
SONO LA PIÙ GRANDE RISORSA CHE AVETE**

**LA CREATIVITÀ
HA UN ROI
ALTISSIMO**



**CHI È SENZA PECCATO
SCAGLI LA PRIMA PIETRA**



ANDREA

GIROLAMI

VIDENS

LITIGIO
SUL SET!



**INQUADRA QUESTO QR CODE
O UN CANINO PUCCIOSO MORRÀ**



10 REGOLE PER COMBATTERE LA MONNEZZA SOCIAL

NICCOLÒ DI VITO
BRIEF

