

FOMO: se non lo condividi, non esiste?

Strategie per vivere il presente per aziende e freelance



Alessia Lobascio



Federica Marrocu



Maria Elena Marras
moderatrice



Tiziana Scano

LUSH

LUSH ANTI-SOCIAL MEDIA POLICY

Lush Anti-Social Media Policy



LUSH ANTI-SOCIAL MEDIA POLICY

- Vogliamo utilizzare gli ultimi strumenti e sviluppi di comunicazione che ci permettano di interagire con i nostri clienti e con il mondo intero.
- Vogliamo stabilire una connessione con i nostri clienti nel modo più diretto possibile – senza che questa interazione sia indebitamente controllata da terze parti.
- Vogliamo poterci fidare che le piattaforme esterne forniscano i loro servizi in modo chiaro e trasparente, senza nascondere le loro vere funzioni commerciali o i loro flussi di entrate.
- Desideriamo utilizzare solo piattaforme e servizi che fanno del loro meglio per proteggere gli utenti da molestie, danni e manipolazioni.

<https://weare.lush.com/it/le-nostre-policy/lush-anti-social-media-policy/>

“

Come inventore di bombe da bagno, tutti i miei sforzi sono dedicati a creare prodotti capaci di aiutare le persone a disconnettersi, rilassarsi e prendersi cura del proprio benessere. Le piattaforme social sono diventate l'antitesi di quello che vogliamo offrire, con algoritmi studiati per tenere le persone davanti allo schermo e impedirgli di disconnettersi e rilassarsi.

↪ JACK CONSTANTINE - CDO & PRODUCT INVENTOR LUSH

“

Ho trascorso tutta la vita a evitare di utilizzare ingredienti dannosi nei miei prodotti. Ci sono oggi prove schiaccianti che evidenziano quanto siamo a rischio quando utilizziamo i social media. Non ho intenzione di esporre i miei clienti a questo rischio, per cui è il momento di uscire dal giro.

↪ MARK CONSTANTINE OBE, CO-FOUNDER, CEO & PRODUCT INVENTOR

Lush reveals impact of deleting social media one year ago

CHLOE BURNEY
29 NOVEMBER 2022

Determining the financial impact of Lush stepping away from the largest online social media platforms is not clear-cut. However, after leaving the leading social media platforms, Lush reported its highest Christmas retail trading figures in two years. UK retail sales for the 5 weeks to 26 December 2021 reached £41.8 million, which is up 20% overall compared to the same period the previous year.

Sales growth from its 104 UK stores was up 54.4% compared to 2020 and it also recorded a pre-tax profit of £29 million in its FY22 audited accounts, up from a loss of £45 million the previous year. E-commerce sales were down 34.3% versus 2020, but up 108.4% versus 2019. However, it is unclear how much the impact of COVID-19 imposed lockdowns impacted 2020 sales figures.

<https://theindustry.beauty/lush-reveals-impact-of-deleting-social-media-one-year-ago/>

FOMO: se non lo condividi, non esiste?

Strategie per vivere il presente per aziende e freelance

Albero dal cuore di fiore



★★★★★ ⓘ 11 mesi fa

Albero fatato da trattare con rispetto e da amare. Non si fa trovare da tutti. Una favola racconta come un albero malvagio gli abbia strappato il cuore ❤️ ed una fata l'abbia salvato dalla morte donandole il suo. Ecco perché vive anche con il tronco squarciato.

♡ 🙏❤️ 3

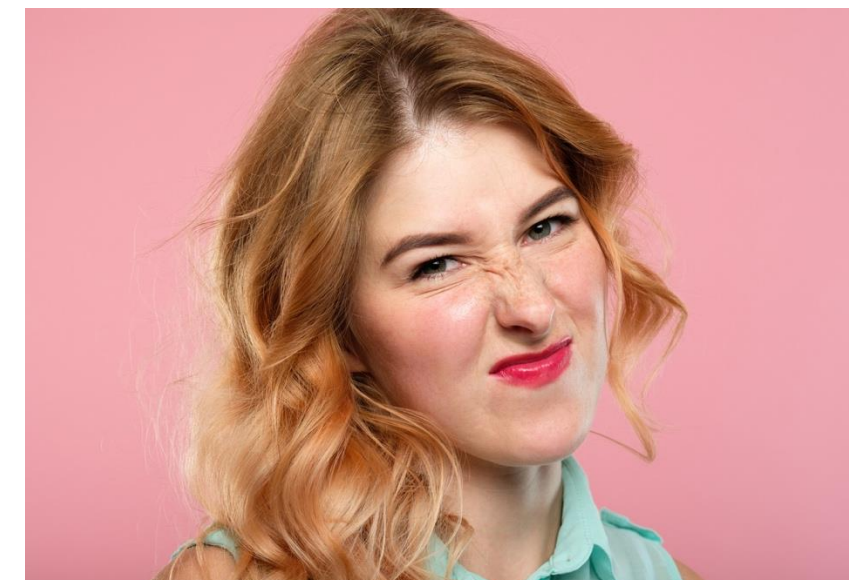


Quali conseguenze?

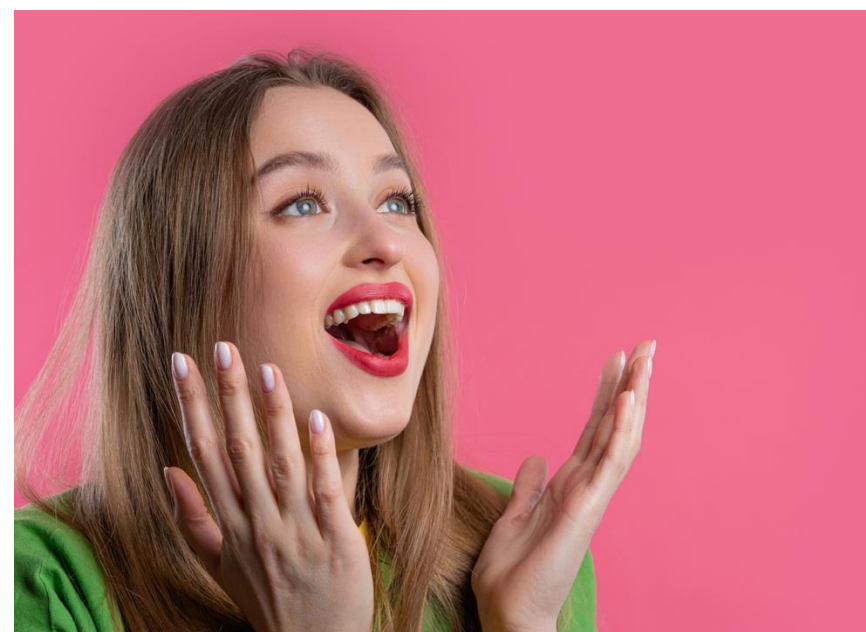
Paese



Gola di
Su Gorropu



Borgo



Canyon di
Su Gorropu



Quali conseguenze?

Sa pedra
longa



Totem -
Big Finger



Is Praneddas



Arco dei baci



Quale presente?



Quale presente?



“

Di che cosa il turismo è
contemporaneamente
il sintomo e la
consolazione?

— Rodolphe Cristin
Manuale dell'antiturismo

FOMO: se non lo condividi, non esiste?

Strategie per vivere il presente per aziende e freelance

Qualche (s)punto da portarci via:

- Decidere se stare o no sui social è parte dell'essere un brand;
- Le persone vengono prima dello strumento (social e non);
- La FOMO non va in vacanza: mandiamocela noi;
- App o funzioni native per impostare filtri e limiti;
- Profilo professionale diverso da quello privato.

Grazie!

Alessia, Federica, Tiziana, Maria Elena