

# IL DIGITALE

UNA NUOVA FRONTIERA NELLA SOCIOLOGIA  
COMPORTAMENTALE

**LUCA PRINA**

DIRETTORE CENTRALE MARKETING E COMUNICAZIONE DI CHEBANCA!

**CheBanca!**  
Gruppo Mediobanca



Linguaggio  
mono-direzionale  
e mono-mediatico



I canali a  
disposizione  
crescono  
negli anni

Il rapporto brand-pubblico diventa  
relazione tra due soggetti dialoganti

BRAND



CONSUMATORE



Poi è arrivato il digitale. Un nuovo mezzo...  
ma soprattutto un nuovo stile di vita.

BRAND

CONSUMATORE



Il consumatore parla  
del brand 10 volte di  
più di quanto il brand  
parli al consumatore

**CheBanca!**

Gruppo Mediobanca

Il consumatore non compra più solo prodotti ma anche sensazioni, atmosfere e suggestioni!

UX



Nessuno compra una Ferrari per risolvere il problema della mobilità e... nelle città circolano più 4x4 che nelle campagne.



# L'evoluzione socio comportamentale

Nella nuova era del Digital si assiste a un cambio di paradigma, a una vera evoluzione nel comportamento dei consumatori.



- ✓ Il consumatore ha sempre più potere
- ✓ Da utente anonimo diventa consapevole e influente
- ✓ Il digital è un nuovo step nel meccanismo della scelta di consumo, anzi, spesso è il principale driver e guida il consumatore in ogni passaggio
- ✓ Gli utenti si documentano e si scambiano informazioni



Entrano in gioco le 4M

MOBILITY

MULTI-SCREEN

MULTI-CHANNEL

MULTI-TASKING



Tutto ciò, di fatto, significa  
*"entropia informativa"*

# Entropia informativa



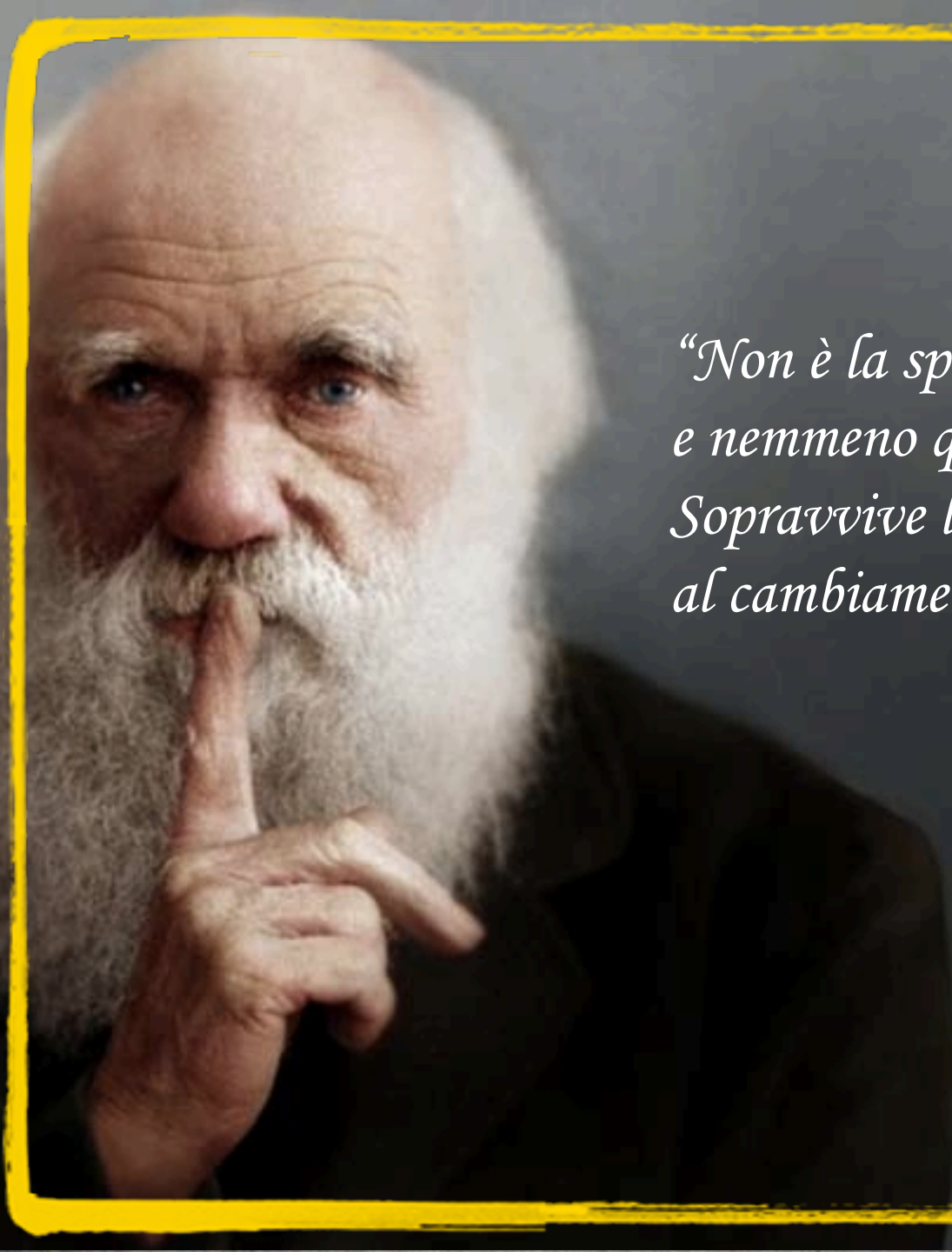
Negli ultimi 10 anni il sistema informativo mondiale ha prodotto più informazioni che nei precedenti 5.000 anni.



Una copia domenicale del New York Times contiene più informazioni di quelle che poteva affrontare e gestire una persona della classe media nel '700, nell'arco di una vita intera.

**CheBanca!**

Gruppo Mediobanca



*“Non è la specie più forte a sopravvivere  
e nemmeno quella più intelligente.  
Sopravvive la specie che risponde meglio  
al cambiamento.”*

*Ch. Darwin*

**CheBanca!**  
Gruppo Mediobanca







I social network stanno svolgendo un importante ruolo nel trasformare il percepito del consumo di marca.

I social diventano il primo punto di incontro diretto con i clienti e i potenziali clienti. Un luogo virtuale in cui è necessario essere presenti in modo costante, trasparente, concreto e soprattutto distintivo.



Considerare i social come "un altro media" è un errore comune. Per creare valore bisogna coglierne la valenza di *touch point* privilegiato (e delicato) con il proprio pubblico.



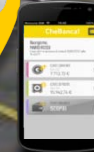
# CheBanca! sui Social Cronistoria



**NOV 2012**  
Lancio pagina  
Facebook e G+



**MAR 2013**



Lancio App  
CheBanca!

**FEB 2014**

Lancio pagina  
LinkedIn e  
Twitter



Lancio App  
WoW



**SETT  
2014**



**MARZO  
2014**  
Il Servizio Clienti risponde su  
Facebook



**OTT  
2015**



Lancio pagina  
Pinterest



**DIC  
2014**









Restyling e Lancio  
Canale Youtube



**CheBanca!**

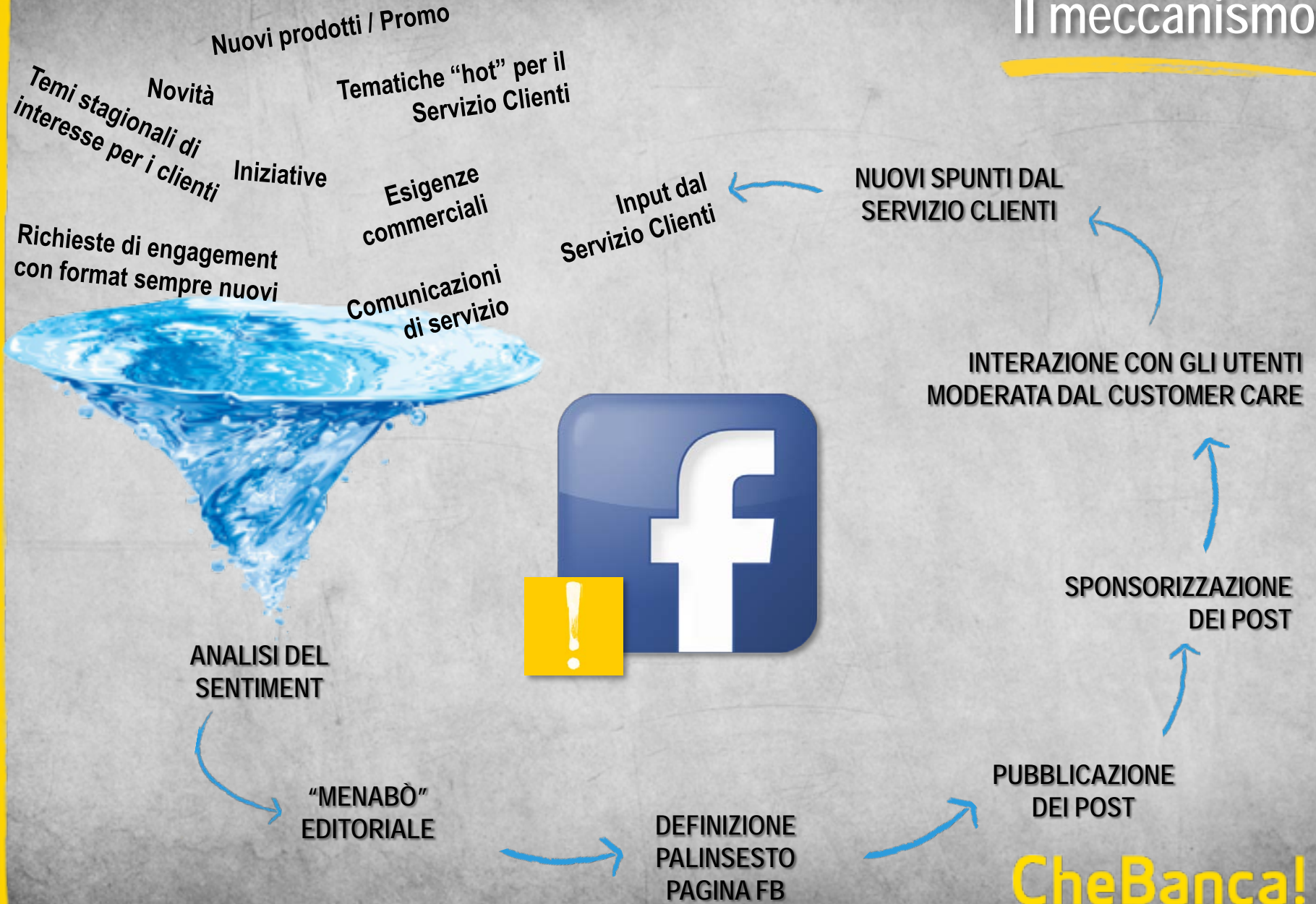
Gruppo Mediobanca

# Ruolo e Obiettivo di ogni canale

	 <b>FACEBOOK</b> 167.028 fan	 <b>GOOGLE+</b> 1.369 followers	 <b>TWITTER</b> 2.348 followers	 <b>LINKEDIN</b> 15.906 followers	 <b>YOUTUBE</b> 1.157 followers	 <b>PINTEREST</b> 32 followers
<b>RUOLO DEL CANALE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingaggiare</li> <li>• Fare customer care</li> <li>• Informare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posizionamento su Google</li> <li>• Aumentare la reach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicare la corporate identity di CheBanca!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informare</li> <li>• Promuovere</li> <li>• Ingaggiare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingaggiare</li> <li>• Ispirare</li> <li>• Fare branding</li> </ul>
<b>PIANIFICAZIONE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Engagement</li> <li>• Customer care</li> <li>• Prodotti e servizi</li> <li>• Informazioni utili</li> <li>• Iniziative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Engagement</li> <li>• Customer care</li> <li>• Prodotti e servizi</li> <li>• Informazioni utili</li> <li>• Iniziative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenuti corporate</li> <li>• Informazioni</li> <li>• Prodotti e servizi</li> <li>• Iniziative e PR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informazioni</li> <li>• Contenuti corporate</li> <li>• Prodotti e servizi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informare</li> <li>• Promuovere</li> <li>• Ingaggiare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Engagement</li> <li>• Contenuti di branding</li> </ul>

# La pagina Facebook

## Il meccanismo



**CheBanca!**

Gruppo Mediobanca