

I KPI DELLA COMUNICAZIONE CONVERGENTE

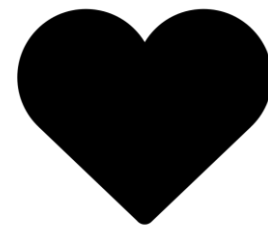
ABI
Dimensione Cliente
Roma, 9 aprile 2014

Fabrizio Paschina
Responsabile Pubblicità e Web
Direzione Relazioni Esterne

COME DIVENTARE PROTAGONISTI SULLE PIATTAFORME DIGITALI?

VEICOLARE CONTENUTI CHE ATTIRINO LE PERSONE

CONTENT IS THE HEART



Elemento chiave per poter attirare l'attenzione delle persone online.
I video di qualità hanno ancora il maggior potere di ingaggio sulla rete.

QUALI KPI?

TRE ELEMENTI CHIAVE

CONTENT



COME DISTINGUERSI?

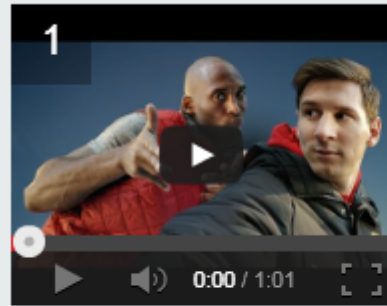
SVILUPPARE ATTIVITA' DI DIFFUSIONE E INTERAZIONE
LA LORO EFFICACIA HA COME CONSEGUENZA L'ADESIONE



TOP PLAYER DIFFUSIONE, NEL MONDO

TOP VIDEO 2013

1



Kobe vs. Messi: The Selfie Shootout

Publicato il 03/12/2013 su Turkish Airlines

YouTube
136 558 823 views

ADV SPOT

Turkish Airlines

2



YouTube Rewind: What Does 2013 Say?

Publicato il 11/12/2013 su YouTube Spotlight

YouTube
92 527 713 views

Google

3



Volvo Trucks - The Epic Split feat. Van Damme (Live Test 6)

Publicato il 14/11/2013 su Volvo Trucks

YouTube
67 480 137 views

ADV SPOT

Volvo Trucks

4



baby&me / the new evian film

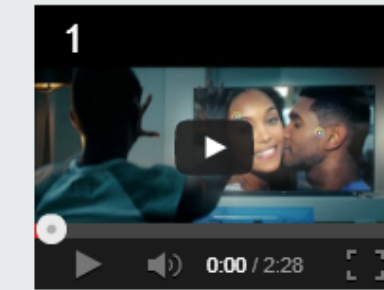
Publicato il 19/04/2013 su EvianBabies

YouTube
66 420 998 views

ADV SPOT

Evian

5



Usher's "Looking 4 Myself" Presented by Samsung

Publicato il 14/06/2013 su SamsungTelevisions

YouTube
50 710 192 views

ADV SPOT

Samsung

Appeal dei format,
testimonial
e ironia ...

I MIGLIORI, IN ITALIA

I VIDEO PIÙ VISTI NEL 2013

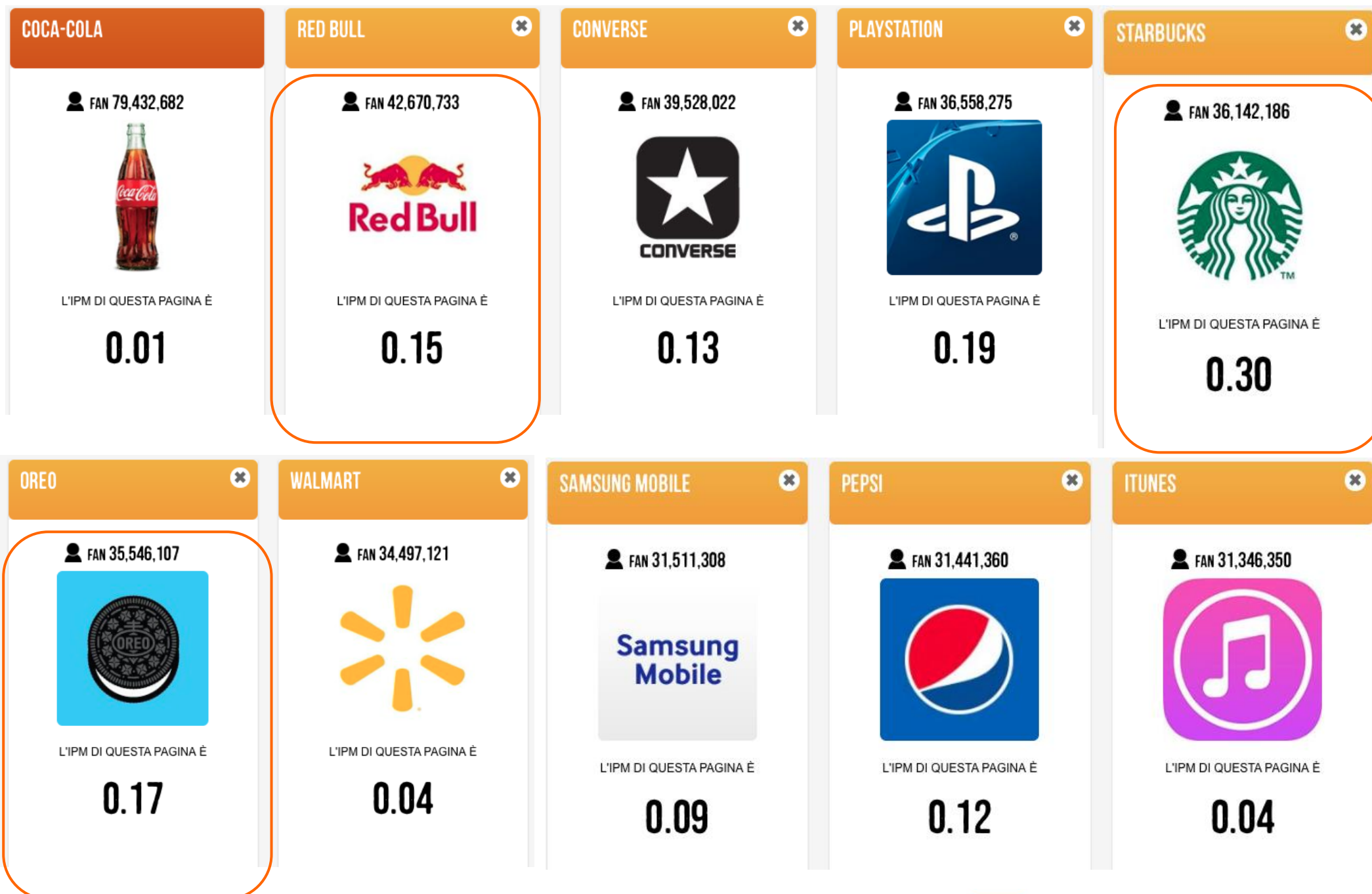
1. *Violetta in concerto* **4,0 MIL**
2. *LeBron festeggia il canestro da centro campo per 75k€* **3,8 MIL**
3. *Juventus balla l'harlem shake* **3,7 MIL**
4. *Frank Matano prova GTA V* **2,9 MIL**
5. *Marty canta Cartoon* **2,5 MIL**
6. *Potere e salumi di Fiorucci* **2,4 MIL**
7. *Copertina di Crozza* **2,4 MIL**
8. *User Generated Content – Squalo bianco nello stretto di Messina* **2,2 MIL**
9. *Spot La7 & Google per le elezioni* **2,0 MIL**



Solo due brand (Fiorucci e La7+Google), il resto è intrattenimento ...

TOP PLAYER INTERAZIONE, NEL MONDO

LE PIÙ GRANDI PAGINE DI BRAND E IL LORO LIVELLO DI INTERAZIONE



Le pagine più grandi appartengono ai “**lovemark**”:

- molti fan = sforzo editoriale ulteriore, per **coinvolgimento community** e mantenere alto anche il livello di **interazione**.

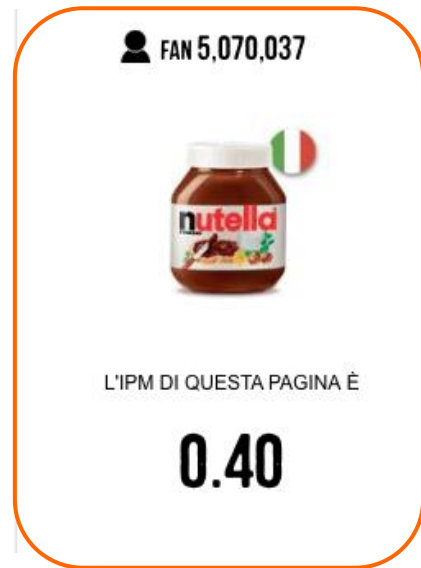
Starbucks: contenuti di prodotto creati ad hoc per Facebook

Oreo: ironia e attività di real time marketing

RedBull: contenuti di altissima qualità generati durante gli eventi

I MIGLIORI, IN ITALIA

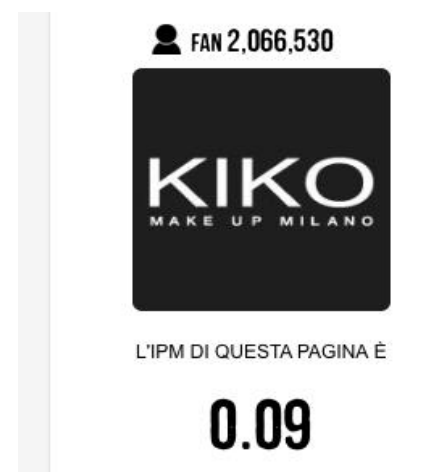
LE PIÙ GRANDI PAGINE DI BRAND E IL LORO LIVELLO DI INTERAZIONE



... vale anche in Italia.

Nutella: prodotto e suo valore di condivisione

Nokia: focus sulle potenzialità del prodotto e community estremamente fedele



Baci Perugina: coinvolgimento e contributo dei fan per la produzione di contenuti

E INTESA SANPAOLO?



UN MONDO POSSIBILE

VISUALIZZAZIONI

1. Visualizzazioni

Best video
274.000



Best video Unicredit –
Music Streets
464.000v



Best video BNL –
100 anni
1.840.000v



*I video con più visualizzazioni nell'ultimo anno.

UN MONDO POSSIBILE

INTERAZIONI



La Fanpage di Intesa Sanpaolo:

- *Oltre 41.000 fan naturali*
- *Best customer care (banking)*
- *Engagement rate medio 0,53*



A PROPOSITO DI INTERAZIONI



Le banche quando fanno le banche.



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

3.90



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

0.53

FAN 119,911



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

0.47

FAN 25,701



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

0.27

FAN 252,782



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

0.18

FAN 8,980



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

0.12

Mediolanum rappresenta “un’anomalia”, vista la presenza dei Family Banker come ambassador della pagina.

Le banche quando si occupano di altro.



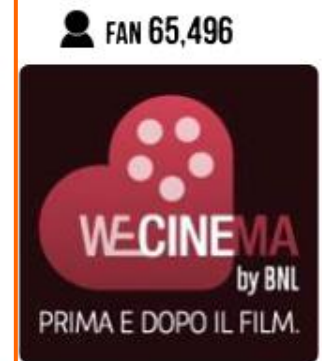
L'IPM DI QUESTA PAGINA È

1.67



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

1.39



L'IPM DI QUESTA PAGINA È

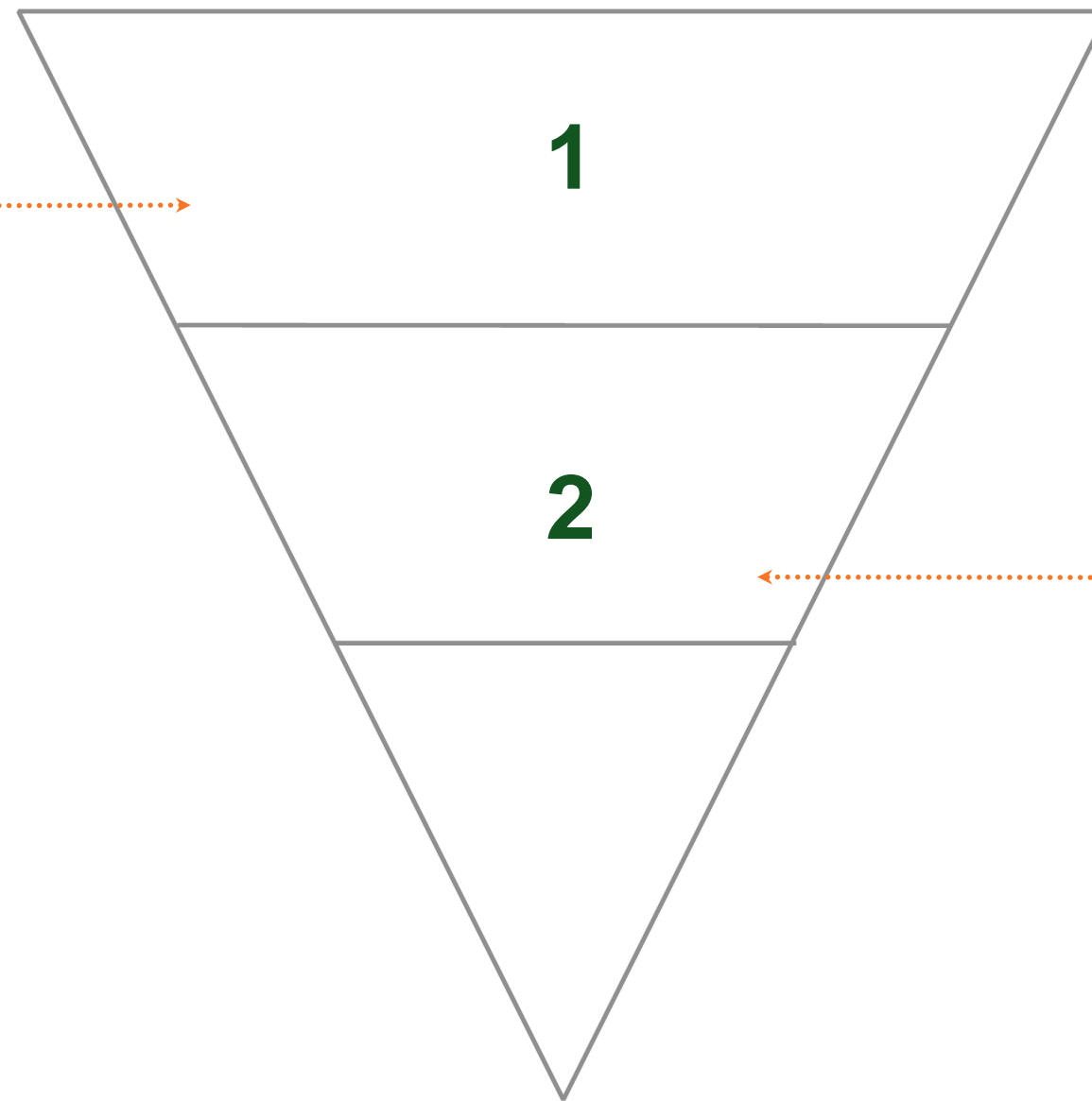
1.35

LA VIDEOSTRATEGY PER IL 2014

IL NOSTRO APPROCCIO STRATEGICO

DIFFUSIONE *Visualizzazioni*

Campagne di comunicazione ad ampia portata per raggiungere un pubblico esteso



INTERAZIONE *N.ro Fan + attività*

Attività ad hoc per coinvolgere le persone sui canali digitali in ottica di reward o sviluppo della relazione

**Un mondo in cui le imprese
italiane continuano a
crescere è possibile**





UN MONDO POSSIBILE

IDEE PER UN MONDO POSSIBILE

QUANDO LE IMPRESE ITALIANE SONO PROTAGONISTE

Guarda i video 



IDEE PER UN MONDO POSSIBILE.
QUANDO LE IMPRESE ITALIANE SONO PROTAGONISTE.

**IDEE
PER UN
MONDO
POSSIBILE**

“Prima dei nostri divani,
vendiamo al mondo
la nostra filosofia aziendale.”

Matteo Galimberti, Amministratore Flexform

SCOPRI LA STORIA DI MATTEO.

**UN MONDO
IN CUI L'ARTE
È DI TUTTI È
POSSIBILE.**

LA RAGAZZA CON L'ORECCHINO DI PERLA.
8 febbraio - 25 maggio. Palazzo Fava, Bologna.

**L'OSSESSIONE
NORDICA** BÖCKLIN
KLIMT
MUNCH
E LA PITTURA
ITALIANA
ROVIGO
22 FEBBRAIO
22 GIUGNO
2014

SCOPRI DI PIÙ SULLE DUE MOSTRE DEL MOMENTO.

BONUSCREDIT

ISCRIVITI SUBITO

L'INIZIATIVA FEDELTA' CHE
TI FA ACCEDERE A UN MONDO
DI VANTAGGI, SCONTI
E PROMOZIONI. SCOPRI COME.

Messaggio Pubblicitario con finalità promozionale. Concorso a premi, riservato ai Clienti maggiorenni, valido dal 24/02/2014 al 30/06/2014. Montepremi 123.673 euro iva esclusa.

GRAZIE!

fabrizio.paschina@intesasanpaolo.com