



Ciclo di Seminari: Come usare bene INTERNET per VENDERE

## I Social Media (Facebook, Twitter...) fanno vendere



 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)




## INTERNET IN ITALIA


Nonostante l'Italia sia uno dei paesi con la più bassa diffusione di internet in Europa, **gli italiani sono tra le popolazioni che trascorrono più tempo online, soprattutto sui social network**



 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)


**INTERNET IN ITALIA**

- **Penetrazione di Internet:**  
in Italia è del 58%, la media europea è del 68%
- **Penetrazione dei social network, utenti attivi:**  
in Italia è del 42%, la media europea è del 40%
- **Abbonamenti mobile attivi:**  
in Italia è del 158%, la media europea è del 139%

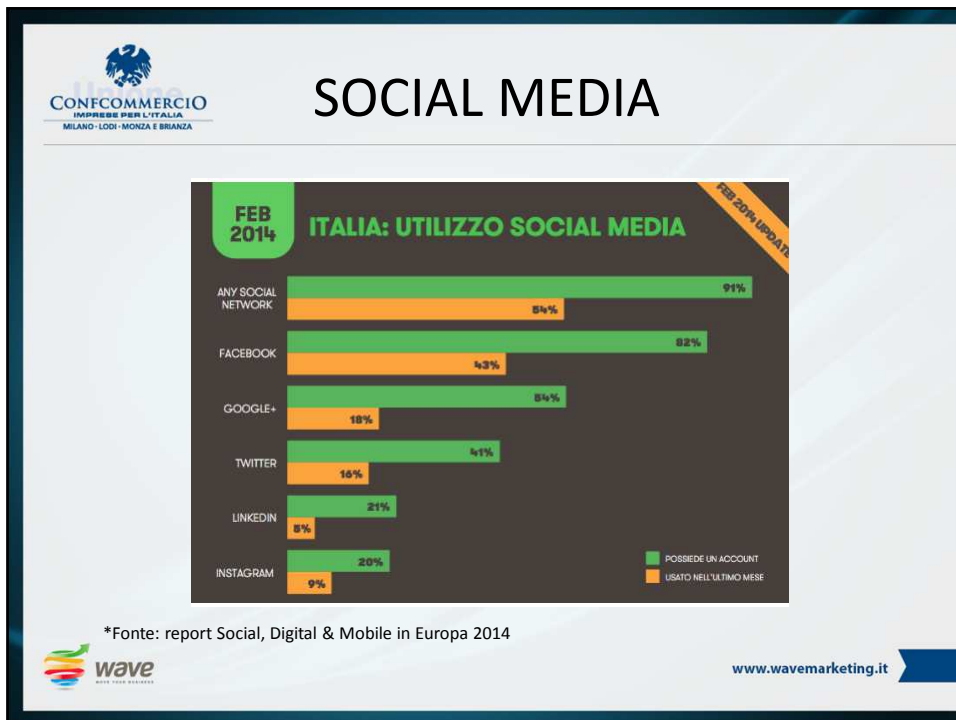
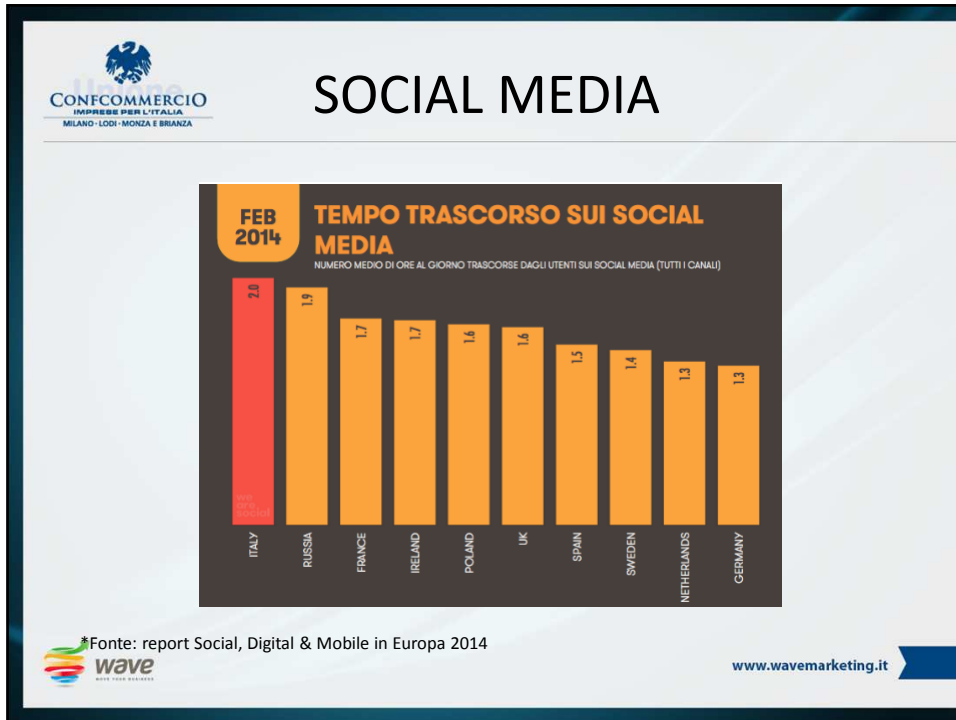

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)


**INTERNET IN ITALIA**

- 61,5 milioni di abitanti
- 35,5 milioni utenti Internet
- 26 milioni di utenti Facebook attivi
- ben 97 milioni di abbonamenti mobile attivi → il 58% in più rispetto al totale della popolazione, ossia una persona su due ha due SIM




[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## PRIMA DI COMPRARE

**Il 78% delle persone s'informa in internet prima di effettuare un acquisto\***

Si valutano:

- i siti delle aziende
- i siti di comparazione dei prodotti
- le opinioni degli altri consumatori
- i **social media**



\*Fonte: dati Nielsen su anno 2013

 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## ATTENZIONE!

**L'offerta d'informazione non è all'altezza delle necessità dei consumatori**



**Le aziende comunicano troppo poco nel web**

 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



# POTENZIALMENTE...



**L'80% di voi non sta utilizzando bene i Social Media**

 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



I **Social Media** sono solo una moda?

 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

## Cos'è il Social Media Marketing

La parola “social” implica una comunicazione tra due parti


Il termine “media” è semplicemente la piattaforma o il metodo intesi come strumento attraverso il quale “fare” del social.

E “marketing” consiste nell’azione di promozione prodotti e servizi finalizzata alla vendita.

Per riassumere, il **Social Media Marketing** è il processo di **promozione delle persone**, dei **marchi**, dei **prodotti** e dei **servizi** usando piattaforme di Social Media quali **Facebook**, **Twitter**, **YouTube**, **LinkedIn**, **Pinterest** etc.

## 4 MITI DA SFATARE

- I Social Media **non vanno bene** per il **B2B** ma solo per il B2C
- E' **impossibile** o molto difficile misurare i ritorni per i Social Media
- I Social Media sono usati **solo dalle giovani generazioni**
- I Social Media sono **gratuiti** o a **basso costo**



**Per ottenere risultati sui canali sociali,** prima ancora che *follower* e *like*, che non sono in grado di garantire nulla, **occorrono delle buone idee.**

Idee che sappiano sfruttare le dinamiche del mezzo sul quale intendiamo metterle in atto, perché ciascun canale ha le sue prerogative.





**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESSE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

**Premessa.**

A differenza del marketing tradizionale, i **social media** sfruttano l'**interazione** con il cliente, che **non** è più **spettatore**, ma diventa **parte integrante** e vero **motore** del processo di **promozione** del prodotto.








 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



Le **idee** da sole **non bastano**, per quanto buone.

Come da sempre avviene, nel marketing, per **ottenere dei risultati** occorre mettere in campo una **strategia lungimirante**, che sappia incastonare le idee come **gemme preziose in un gioiello**.



 PINTEREST	 TWITTER	 FACEBOOK	 INSTAGRAM	 GOOGLE+	 LINKEDIN
<b>SOCIAL SITE THAT IS ALL ABOUT DISCOVERY</b>	<b>MICRO BLOGGING SOCIAL SITE THAT LIMITS EACH POST TO 140 CHARACTERS</b>	<b>SOCIAL SHARING SITE THAT HAS 1+ BILLION USERS WORLDWIDE</b>	<b>SOCIAL SHARING SITE ALL AROUND PICTURES AND NOW 15 SECOND VIDEOS</b>	<b>SOCIAL NETWORK BUILT BY GOOGLE THAT ALLOWS FOR BRANDS AND USERS TO BUILD CIRCLES</b>	<b>BUSINESS ORIENTED SOCIAL NETWORKING SITE</b>
<b>LARGEST OPPORTUNITIES</b>	<b>LARGEST PENETRATION in the US</b>	<b>LARGEST OPPORTUNITIES</b>	<b>MANY BRANDS ARE PARTICIPATING THROUGH THE USE OF # HASHTAGS AND POSTING PICTURES CONSUMERS CAN RELATE TO</b>	<b>NOT AS MANY BRANDS ACTIVE, BUT THE ONES THAT ARE TEND TO BE A GOOD FIT WITH A GREAT FOLLOWING</b>	<b>BRANDS THAT ARE PARTICIPATING ARE CORPORATE BRANDS GIVING POTENTIAL AND CURRENT ASSOCIATES A PLACE TO NETWORK &amp; CONNECT</b>
	<b>BUT SPREADING SLOWLY AND STEADILY</b>	<b>COMMUNICATING WITH CONSUMERS IN A NON-OBTRUSIVE WAY</b>	<b>PICTURES CONSUMERS CAN RELATE TO</b>	<b>25-35 YEAR OLDS ARE THE MOST ACTIVE</b>	<b>POWERS 50% OF THE WORLD'S HIRES</b>
<b>USERS ARE: 17% MALE 83% FEMALE</b>	<b>5,700 TWEETS HAPPEN EVERY SECOND</b>	<b>USERS SHARE 1 MILLION LINKS EVERY 20 MINUTES</b>	<b>MOST FOLLOWED BRAND IS NATIONAL GEOGRAPHIC</b>	<b>200 MILLION ACTIVE USERS</b>	<b>300 MILLION USERS</b>
<b>20 MILLION ACTIVE USERS</b>	<b>241 MILLION ACTIVE USERS</b>	<b>1+ BILLION ACTIVE USERS</b>	<b>200 MILLION ACTIVE USERS</b>	<b>540 MILLION ACTIVE USERS</b>	

Statistics as of 4.25.2014. Designed by: Leverage - leverageagencymedia.com

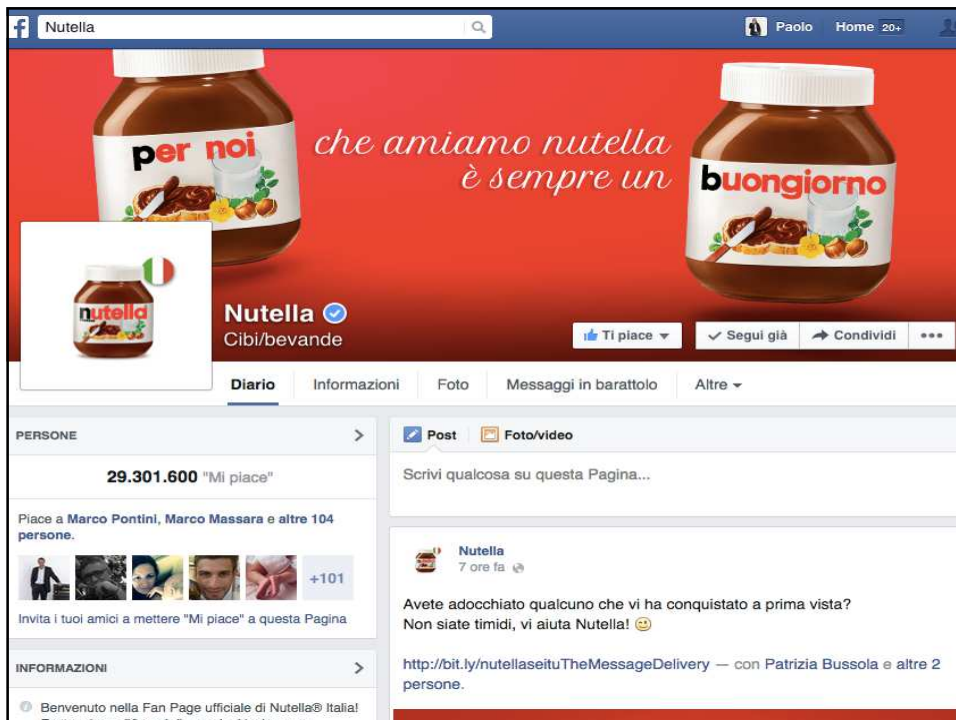


**Il Marcheting su Feisbùc lo faccio io!**





[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



**per noi** *che amiamo nutella è sempre un* **buongiorno**

**Nutella** Cibi/bevande

Ti piace Segui già Condividi

Diario **Informazioni** Foto Messaggi in barattolo Altre

**Informazioni**

Benvenuto nella Fan Page ufficiale di Nutella® Italia! Festeggiamo 50 anni di emozioni insieme su [www.nutellastories.com](http://www.nutellastories.com)!

**Panoramica società**

Benvenuti nella Fan Page ufficiale di Nutella® Italia!  
Iniziare con entusiasmo la mattina trasforma ogni giorno in un "buon" giorno! Proprio per questo vogliamo condividere con voi tutte le piccole cose che danno gusto alla vita!

Grazie fin da ora per la vostra passione e per tutte l'esperienze e i momenti unici che condividerete con Nutella®.

Fan di Nutella®, se stiamo insieme tutto ha più gusto!

**Descrizione**

Nella pagina di Nutella Italia tutti possono sedersi intorno alla tavola

**Informazioni di base**

Fondazione: 1964

Posizione geografica: Alba

Prodotti: Nutella® è un marchio registrato di Ferrero S.p.A.  
<http://www.ferrero.it/>  
<http://www.nutella.it/>

**Informazioni di contatto**

Sito Web: <http://www.nutella.it>





## Ma si usa Facebook?

Utilizzo dei **social network**: **Italia batte USA 75 a 72\***

Il **75%** della popolazione italiana **connessa** fa uso delle reti sociali contro il **72%** di quella **americana\***

La **parte interessante** del rapporto riguarda gli utenti di età compresa tra i **50 e i 64 anni** di età i quali, in Italia, sono avvezzi all'uso del social networking in ragione del **75%** contro il **60%** degli americani\*

\*fonte Il Sole 24Ore/Nielsen



**CONFCOMMERIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## Ma si usa Facebook?

### Gli Italiani e l'accesso a Internet

Dispositivo	Percentuale	Individui
COMPUTER DA CASA	74.2%	35.786
COMPUTER DA LAVORO*	22.6%	10.878
COMPUTER DA LUOGO STUDIO	7.7%	3.727
CELLULARE SMARTPHONE	34.8%	16.790
TABLET	5.6%	2.699

AUDIWEB TRENDS - Dicembre 2012 Dati cumulati 4 cicli del 2012

**38,4 milioni** gli Italiani che hanno dichiarato di accedere a internet da qualsiasi luogo e device (da casa, ufficio, da luogo di studio o altri luoghi), pari al 79,6% della popolazione tra gli **11 e i 74 anni**. Circa **28 milioni** sono attivi su Internet.

\*Audiweb 2012

**wave**  
www.wavemarketing.it





**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## Ma si usa Facebook?

Mensili Utenti attivi e Demografia per l'Italia Per saperne di più nel Market Insights >

26 milioni di iscritti a FB  
su 38 milioni utenti internet

= 68% di tutti i navigatori italiani  
= 92% dei navigatori attivi italiani

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## Facebook lo usano solo i ragazzini!

13-15 anni:	2,7%
16-17 anni:	4,6%
18-24 anni:	20,6%
25-34 anni:	24,2%
35-44 anni:	22%
45-54 anni:	15,4%
55-64 anni:	6,8%
65-100 anni:	3,7%

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

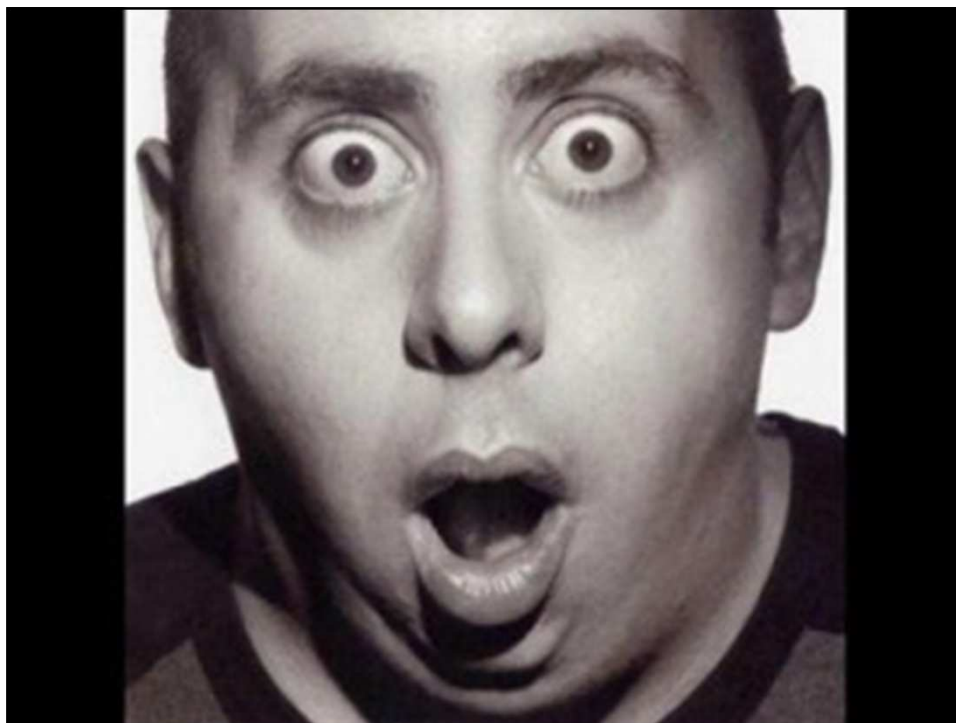
[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

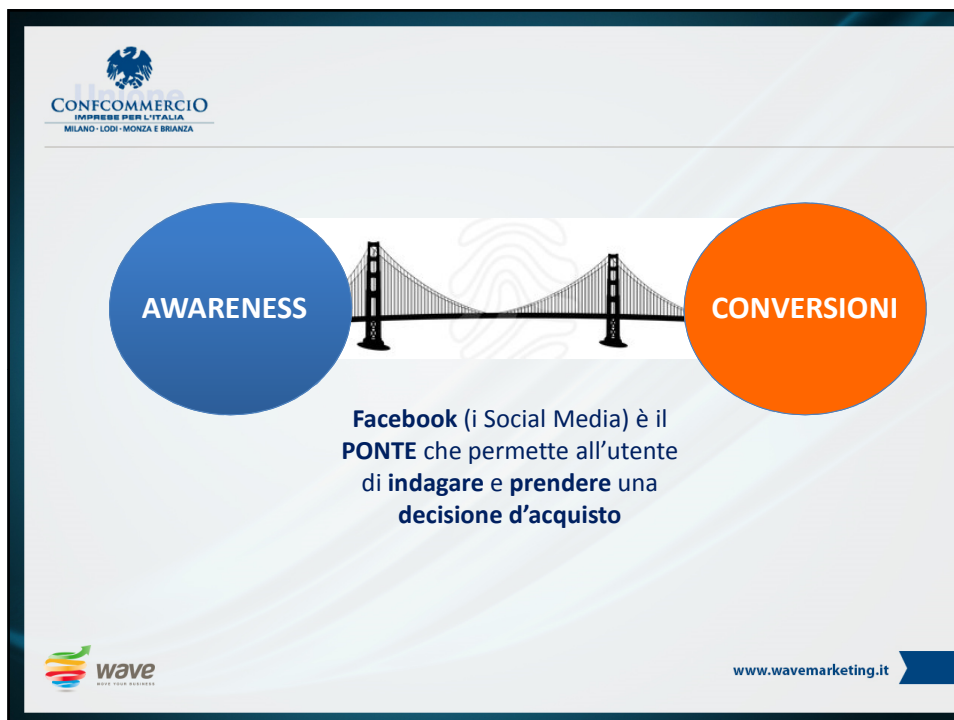
















**COSA è cambiato nel cliente "Social"?**

Il **NUOVO** tipo di **CLIENTE** è:

- **Attivo** nelle principali **piattaforme Social**
- **Interessato** ad una relazione **durevole** e di **fiducia** con il brand
- Vuole essere **ascoltato** 24h al giorno
- Dà **feedback** e pretende che la propria opinione sia presa in **considerazione**
- Utilizza soprattutto **smartphone** e altri **device mobili**
- Vuole essere **rispettato** e trattato in modo **trasparente**



**CONFCOMMERIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

**I 5 passi per trasformare un fan in cliente**

- Audience** →
- Stimolo** →
- Conversazione** →
- Conversione** →
- Fidelizzazione** →

**wave**  
www.wavemarketing.it



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## Profilazione target

Facebook offre una **targetizzazione** (per ciò che concerne l'*advertising*) come nessun altro media, con ben **10 diversi livelli di profilazione** (sesso, età, geolocalizzazione, interessi, connessioni ecc)

Ogni **attività pubblicitaria** e di pubblicazione è sempre **mirata**: ciò permette di avere la **sicurezza di parlare sempre con il proprio target** (senza sparare nel mucchio)

 **wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## I Facebook ADS per il Fun Recruiting



**Il Blog di Giulio74**  
Lasci la landing tab per trovare clienti! Allora sei nei guai... scopri come uscire, fai clic

**Preparati al Natale!**  
BUONO SCONTO 50% per l'acquisto di database per le campagne Email Marketing. Approfittane!

**Wineverse - vendita vino online**  
Acquista i vini delle più prestigiose cantine italiane, al miglior prezzo garantito!

**North Social**  
Crea a custom Facebook page in minutes... without writing a single line of code!

**www.wavemarketing.it**





# Engagement

“assumere, ingaggiare, attrarre”

Si è sicuri di **parlare sempre** e solo con il **proprio target** di riferimento.


Ogni volta che si comunica qualcosa la si comunica a qualcuno che è **direttamente interessato** e che ha **espresso il suo interesse**.

Come?

DIRETTAMENTE

INDIRETTAMENTE







www.wavemarketing.it





## DIRETTAMENTE

**Informazioni**

**Lavoro e istruzione** Modifica

-  **Wave**  
Direttore Commerciale - Vimercate
-  **Interconsult srl**  
Direttore Commerciale - Corsico - febbraio 2003 - settembre 2013  
Vedi tutti i datori di lavoro -
-  **Università di Pavia**  
Anno di laurea/diploma: 1999 - Ingegneria Elettronica
-  **Università degli studi di Pavia**
-  **Liceo Scientifico Nicolo' Copernico**  
Anno di laurea/diploma: 1992 - Pavia

**Luoghi in cui ha vissuto**


-  **Certosa di Pavia**  
Città attuale Modifica ✕
-  **Voghera**  
Città natale Modifica ✕

Aggiungi una città


**Informazioni di base** Modifica

Data di nascita	22 novembre 1973
Sesso	Uomo
Mi piacciono	Donne
Situazione sentimentale	Sposato con Antonella Valente
Anniversario	5 luglio 2009
Orientamento religioso	Cattolico

**Relazione** Modifica



**Antonella Valente**  
Sposati dal 5 luglio 2009


www.wavemarketing.it

**INDIRETTAMENTE**

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

**Registro Attività**

**Mi piace**

- Tutto
- Controllo del diario
- I tuoi post
- Post in cui sei taggato
- Post di altri
- Post che hai nascosto
- Foto
- Mi piace
- Pagine e interessi
- Post e commenti
- Commenti
- Tutte le applicazioni
- ALTRO

**Mi piace**

- A Paolo piace una foto.  
Natale Agri Brianza Photos  
Il mio biglietto di natale
- A Paolo piace uno stato.  
Haini Gabriele  
Non possiamo pretendere che una persona di anni quando pretendiamo che quella persona faccia quello che vogliamo noi AMORE E LIBERTÀ DI DARSI ALL'ALTRO
- A Paolo piace Marina Yachting.  
Marina Yachting  
Rivolgimento
- A Paolo piace l'attività di Elisabetta Sacchi su Foursquare.  
Gib Flange Italy  
"Ultima settimana" tutt'altro che rilassante....
- A Paolo piace una foto.  
Foto del diario

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Cerca persone, luoghi e oggetti

**Paolo Abbiati**  
Aggiorna informazioni Registro attività

Diario Informazioni Foto 482 Amici 806 Altro

Quali film hai guardato?

Stato Foto Luogo Avvenimento importante

A cosa stai pensando?

Paolo Abbiati — con Antonella Valente presso Casa Abbati.  
Oggi codini! #famammagica

**Webinar Gratuito: "Social..."**  
giuliofabbr74.com  
Fai #socialmediamarketing? Non puoi perderti questo video gratuito! Aumenta subito il traf...

**Centrotavola Milano**  
Rinnova la tua CASA, scegli gli originali accessori di CentrotavolaMilano! Circa 10Place!  
Mi piace · A Antonella Marica piace Centrotavola Milano.

**JoomlaHost.it**  
Vorresti creare un sito internet ma non sai dove sbattere la testa? Con Joomla! Puoi aver...  
Mi piace · A Riccardo Panza e Michele Papaleo piace JoomlaHost.it.

**Christian Fischbacher Italia**  
Christian Fischbacher  
Dai un tocco esclusivo agli arredi della tua casa con i tessuti Voyage.  
Mi piace · Christian Fischbacher Italia piace a 19.995 persone.

**PROVA GRATIS Joomla!**  
Vorresti creare un sito internet ma non sai dove sbattere la testa? Con Joomla! Puoi aver...  
Mi piace · A Riccardo Panza e Michele Papaleo piace JoomlaHost.it.

**Christian Fischbacher Italia**  
Christian Fischbacher  
Dai un tocco esclusivo agli arredi della tua casa con i tessuti Voyage.  
Mi piace · Christian Fischbacher Italia piace a 19.995 persone.

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

# Come si profila il target?

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

# Come si crea un annuncio?

Che tipo di risultati desideri per le tue inserzioni?

- Clic sul sito Web
- Conversioni sul sito Web
- Interazione con il post della Pagina
- "Mi piace" sulla Pagina
- Installazioni dell'applicazione
- Interazione con l'applicazione
- Risposte all'evento
- Richieste di offerte
- Visualizzazioni del video

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## Esempi di annuncio

Pagina consigliata

**Agri Brianza Garden**  
Sponsorizzata

Cosa hanno trovato i tuoi amici per un Natale perfetto? Diventa fan anche tu e scoprilo!



**Agri Brianza Garden**  
Acquisti e vendita al dettaglio  
Piace a 15.079 persone.

Pagina consigliata

**Agri Brianza Garden**  
Sponsorizzata

Quello che cerchi per un Natale perfetto lo trovi qui! Diventa fan e scoprilo!



**Agri Brianza Garden**  
Acquisti e vendita al dettaglio  
Piace a 15.079 persone.

 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## Esempi di annuncio

**Wave**  
Sponsorizzata

GUIDA OMAGGIO - I Social Media ti fanno vendere di più?



**Scarica QUI la guida!**  
Come trasformare i fan in clienti?  
[www.waveleadgeneration.com](http://www.waveleadgeneration.com)

Place a 6 persone

Mi piace Commenta Condividi

**Wave**  
Sponsorizzata

GUIDA OMAGGIO - I Social Media ti fanno vendere di più?



**Scarica QUI la guida!**  
Come trasformare i fan in clienti?  
[WWW.WAVELEADGENERATION.COM](http://www.waveleadgeneration.com)

 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

Ma... come è stabilito l'ordine di comparizione degli annunci?

... nulla è casuale...

Esiste un **ALGORITMO** che regola la **VISUALIZZAZIONE DEGLI ADS**

Nel caso dell'*advertising* il valore di ogni **annuncio** viene valutato secondo **due serie di criteri macroscopici**:

- **dal punto di vista dell'inserzionista**, ovviamente contano l'investimento previsto (ossia il **CPA, costo per azione impostato**) e la probabilità che l'annuncio riesca a ottenere il risultato previsto (che sia un **Like**, una **conversione**, l'**apertura** di una pagina web, etc.)
- **dal punto di vista dell'utente**, a contare sono invece la **qualità dell'ads** (la sua capacità di **generare engagement**), e l'impatto che avrà sulla sua **User Experience**.





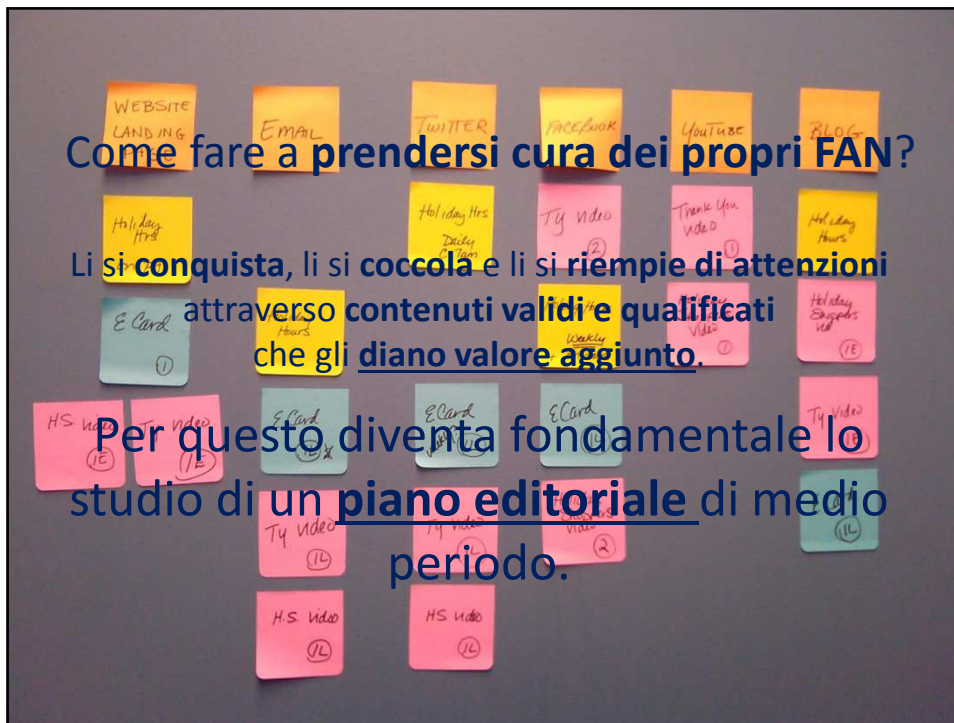
## Ma chi è il “FAN”?

Il FAN è il **proprio target di riferimento**: colui che atterra sulla pagina aziendale e ci fornisce il suo “*Mi piace*”. Va **conquistato, coccolato, riempito di attenzioni**


L’attività di **FAN Recruiting** è la base di partenza per qualsiasi **attività sui Social Media**

### Perché?

- Perché i FAN sono **qualificati**
- Perché la gente va su Facebook per **instaurare dei rapporti, per comunicare**
- La gente **parla** sui Social Network
- Parla del tuo **prodotto/servizio/brand**
- La gente... **passaparola!**







## EDGERANK ALGORITHM

**...ma i contenuti secondo quale criterio appaiono?**

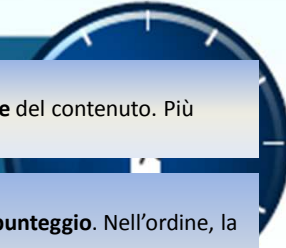
Circa 3 anni fa **Facebook** ha reso noto l'**EdgeRank**, ovvero l'algoritmo che determina la **visibilità di un contenuto** all'interno del *newsfeed* di **Facebook**.

$u_e$  - AFFINITY SCORE BETWEEN VIEWING USER AND EDGE CREATOR

Le tre variabili che costituiscono questo algoritmo sono l'**affinità** (*affinity*), il **peso** (*weight*) e il **tempo di decadimento** (*time decay*).

TAGS, EVENT, ETC.)

$d_e$  - TIME DECAY FACOR BASED ON HOW LONG AGO THE EDGE WAS CREATED



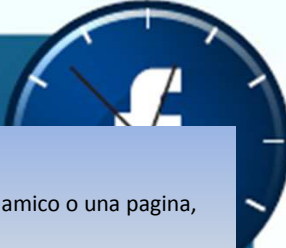
**Affinità (*affinity*)**  
L'**affinità** misura la **relazione** esistente fra il **lettore** e il **creatore** del contenuto. Più stretta è la relazione, più alto è il punteggio.

**Peso (*weight*)**  
**Post diversi** hanno **pesi diversi**. Più alto è il peso, più alto è il **punteggio**. Nell'ordine, la scala è la seguente:

1. foto/video
2. Link
3. testo

L'**interazione** è un altro fattore che **agisce** sul peso. Per esempio, un **post testuale** con **parecchi like** e commenti ha un **peso superiore** ad una foto che non riceve **apprezzamenti** di alcun tipo.

**Tempo di Decadimento (*time decay*)**  
Più il contenuto è vecchio, più perde valore: il *newsfeed* tende ad **includere contenuti sempre freschi e aggiornati**.  
La **velocità** con cui perde valore dipende anche dal **tipo di utente**: per esempio, se accedi a Facebook solo una volta alla settimana, nel tuo *newsfeed* potrebbero comparire contenuti vecchi anche di qualche giorno.



## EDGERANK ALGORITHM

I 4 principali "fattori sociali" che influenzano l'EdgeRank

1. **Precedenti interazioni con l'autore:** più interagisci con un amico o una pagina, più probabilità avrai di vedere quei post.
2. **Precedenti interazioni con quella tipologia di post:** se interagisci spesso con certe tipologie di post (testuali, foto, video), avrai più probabilità di vedere sempre quelle.
3. **Reazioni da utenti che hanno già visto il post:** più utenti Facebook interagiscono col post, più è probabile che tu lo veda.
4. **Lamentele o feedback negativi:** più utenti daranno un feedback negativo al post, meno è probabile che tu lo veda (l'importanza di questo fattore è cresciuta dalla fine dello scorso anno).

$d_e$  - TIME DECAY FACOR BASED ON HOW LONG AGO THE EDGE WAS CREATED



## EDGERANK ALGORITHM ON FACEBOOK

Tutto questo ci dice che...

...il **Post Plannig** va studiato in **modo accurato** al fine di **far crescere** il proprio Edge Rank

$w_e$  - WEIGHT FOR THIS EDGE TYPE (PHOTO, VIDEO, LIKE, TAGS, EVENT, ETC.)

$d_e$  - TIME DECAY FACOR BASED ON HOW LONG AGO THE EDGE WAS CREATED



... ma **non è sufficiente** conoscere bene l'*Edge Rank*...  
 ... la maggior parte dei tuoi post rischia di **non essere letta** proprio perché **non visualizzata** dall'utente... **EFFETTO SATURAZIONE**

Occorre **SPONSORIZZARE** i Post **IMPORTANTI** ...

... occorre **saper pianificare** un **post planning strategico**, valutare quando sponsorizzare e quando postare (giorno, ora, etc)


[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



## Passaparola/Viralità

**Facebook si sta affermando sempre più come strumento principale di influenza alle vendite scalzando i media tradizionali.**

**Facebook** diventa così un **megafono** che aumenta la possibilità di visibilità del prodotto/ servizio



Ricerca Nielsen 2012


[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

## Riprova sociale

Le persone, in media, tendono a **ritenere maggiormente validi i comportamenti o le scelte che vengono effettuati da un elevato numero di persone**, soprattutto se **conoscenti**.

- **FIDUCIA**
- **EMULAZIONE**

Non è sicuro che **quello che "ci piace" ci piaccia davvero**, ma la riprova sociale **cancella la nostra insicurezza e ci fa decidere**

**"I consigli di amici e parenti (77%) sono la fonte che più ha efficacia per informazioni sui nuovi prodotti"**

[www.Licsite.com](http://www.Licsite.com) Ricerca Nielsen 2012



Con tutte le **informazioni raccolte** nella fase precedente, saremo in grado di **definire** l'argomento di conversazione più **appropriato** al fine di attirare l'attenzione delle **persone potenzialmente interessate** al nostro **marchio** e ai nostri **prodotti/servizi**.

**COME CREARE CONVERSAZIONI?**

- Post Planning
- Contenuti «corporate»
- Contenuti emozionali
- Contenuti di prodotto
- Promozioni
- Contest
- Concorsi
- Etc etc etc


 An illustration featuring several stylized human figures in business attire. Some are holding up a grid of nine colorful icons representing various emotions: surprise, anger, happiness, sadness, and neutral. The background includes blue speech bubbles and thought bubbles, suggesting a focus on communication and consumer psychology.

**QUINDI? COME TRASFORMO IL FAN IN CLIENTE?**

Facebook non è un canale diretto di vendita...  
 Facebook è un **ottimo canale** di «agevolazione» alla vendita, è un ottimo canale di **lead generation**...  
 ... la **vendita** avviene al di fuori del Social Network (non sempre ☺ )

Una **buona strategia** di **Social Media Marketing** deve contribuire a trasferire il valore generato verso l'esterno: il **sito internet**, il **punto vendita**, etc etc


 An illustration of a 3D white figure standing in a complex maze of light blue and grey paths. The figure is holding a white sign with the text 'what NOW?' in black and red. The scene is lit with a cool, blue-toned light, creating a sense of a challenging path or a strategic decision point.





### Convertire un FAN in un PROSPECT

Una volta che:

- Abbiamo **acquisito** un certo numero di fan «fedeli»
- Abbiamo trovato i **giusti stimoli di conversazione**
- Abbiamo trovato le **giuste modalità di coinvolgimento**

... abbiamo per le mani un potenziale enorme...

**...ora occorre CONVERTIRE!!!**

## Qualche ESEMPIO




**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Cerca persone, luoghi e oggetti

Wave. [Clicca qui](#)

[Mi piace](#)

[clicca qui](#)




**wave**

Usi il social per trovare nuovi clienti?  
Clicca su **mi piace** e scopri come fare  
scaricando la nostra guida gratuita!

Social Media Marketing   Search Marketing   Direct Email Marketing

Rendiamo vantaggiosa e proficua la tua presenza sul web.  
Solo risultati misurabili. E in tempi ben definiti.



**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

The screenshot shows a Facebook page for 'wave' (www.wavemarketing.it). The page content includes a header with the 'wave' logo and a list of topics: 'Ecco cosa troverai all'interno della guida' (Here you will find inside the guide), followed by bullet points about social media in 2014, B2B strategy, and content management. Below this is a preview of a guide titled '5 regole d'oro del Social Media Marketing'. A red registration form is overlaid on the right side of the page. The form has the heading 'Perfetto! Ora compila i form e scarica subito la guida.' and contains fields for 'Nome e informazioni pubbliche' (pre-filled with 'Paolo Abbiati'), 'Indirizzo e-mail', 'Telefono', 'Azienda', and 'Città'. A 'Registrali' button is at the bottom of the form. A blue arrow points from the form to a green box on the right that says 'Creo un Data Base di Prospect'. The footer of the page shows the website URL 'www.wavemarketing.it'.

The screenshot shows a Facebook page for 'Linkeb' (Scarica l'e-book). The page features a cartoon character holding a sign that says '5 regole per un sito mobile'. A blue registration form is overlaid on the right. The form is titled 'SCARICA LA GUIDA' and '5 consigli per creare un sito mobile e i vantaggi per il tuo lavoro e la tua azienda.' It includes a Facebook logo and text: 'Per farti risparmiare tempo, il seguente modulo di registrazione è stato precompilato usando le informazioni presenti nel tuo profilo Facebook.' The form fields are: 'Nome e informazioni pubbliche' (pre-filled with 'Paolo Abbiati', 789 amici), 'Nome' (pre-filled with 'Paolo'), 'Cognome' (pre-filled with 'Abbiati'), 'Indirizzo e-mail' (pre-filled with 'paoloabbiati@libero.it'), and 'Numero di telefono'. A 'Registrali' button is at the bottom, with a note '5 amici'. A small disclaimer at the bottom of the form reads: 'Cliccando su Registrali, consentirai anche a Linkeb Guida di accedere anche alla tua lista di amici e ad altre informazioni pubbliche di te. Non verrà condivisa nessuna informazione con Linkeb Guida finché non cliccherai su Registrali. Maggiori informazioni'.

MailUp Clicca Qui ✓ Ti piace

**mailup**  
Be Relevant.

PIATTAFORMA DI MAIL MARKETING  
PER AZIENDE

**Le tue mail arrivano nella casella giusta?  
Scarica l'ebook gratuito e scopri!**

**L'ebook ti aiuterà ad ottimizzare la tua  
campagna di comunicazione.**

Ti sei mai chiesto se tutte le tue email arrivano a destinazione? Non sempre un'email inviata raggiunge il corretto destinatario e spesso chi invia non sa nemmeno perché.

Scopri in cinque passi come ottimizzare la tua campagna di comunicazione, compila il modulo e scarica gratuitamente la guida di MailUp.

**Scarica l'ebook.**

Nome e Cognome

Azienda

email

Telefono

[Acconsento al trattamento dei dati \(link\)](#)

**Sei un'azienda? Prova MailUp gratis!**

*Scarica la guida*

Le tue email arrivano nella casella giusta?

facebook Cerca persone, luoghi e oggetti Paol

Hotel Tiffany & Resort Ces... In REGALO per te ✓ Ti piace

**HOTEL TIFFANY&RESORT**

**Scarica subito il coupon per 1 ingresso omaggio al nostro Centro Benessere.** Lo potrai usare nel tuo prossimo soggiorno (minimo di 2 notti) all'hotel Tiffany di Cesenatico.

La promozione non è cumulabile con altre offerte.

Nome e cognome:

Indirizzo email:

**RICEVI IL TUO COUPON**

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Tratta il tuo corpo come l'abito più prezioso che possiedi.

**Charme Beauty Center**  
Spa, bellezza e cura della persona

Diario | Informazioni | Foto | Promo SCONTO 50% | Altre -

PERSONE  
★★★★★  
2.622 "Mi piace"  
15 visite

Info: Viale Europa, 5153, Colongo Monzese, 02 3675 7595

www.wavemarketing.it

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Tratta il tuo corpo come l'abito più prezioso che possiedi.

**Charme Beauty Center**  
Spa, bellezza e cura della persona

Diario | Informazioni | Foto | Promo SCONTO 50% | Altre -

**OTTIENI LO SCONTO**  
VALIDO PER IL PRIMO TRATTAMENTO

Per farti risparmiare tempo, il seguente modulo di registrazione è stato precompilato usando le informazioni presenti nel tuo profilo Facebook.

**Nome e informazioni pubbliche:**  
Paolo Abbiati (832 amici)

**Indirizzo e-mail:**  
paoloabbiati@libero.it

**Posizione attuale:**  
Certosa di Pavia

telefono:

**Registrati** (3 amici)

Cliccando su Registrati, consentirai anche a Charme Promo SCONTO 50% di accedere anche alla tua lista di amici e ad altre informazioni pubbliche si di te. Non verrà condivisa nessuna informazione con Charme Promo SCONTO 50% finché non cliccherai su Registrati. Maggiori informazioni

www.wavemarketing.it



**Tratta il tuo corpo come l'abito più prezioso che possiedi.**

**Charme Beauty Center**  
Spa, bellezza e cura della persona

**Trattamento Laser**  
EFFICACE, VELOCE, SICURO

- Incontinenza urinaria
- Prollasso vaginale
- Aftrofia vaginale
- Vaginal rejuvenation

**COS'È?**  
È una terapia laser, efficace e sicura, che favorisce la formazione di collagene e la microvascolarizzazione per ridonare tonicità ed elasticità ai tessuti dell'organo genitale femminile.

**È DOLOROSO?**  
Il trattamento è completamente indolore e mini-invasivo e non necessita di anestesia. Ridonare tonicità ed elasticità ai tessuti dell'organo genitale femminile.

**QUANTO DURA?**  
Tre/quattro sedute di pochi minuti ciascuna. L'efficacia si manifesta già nei giorni successivi al primo trattamento.

**Per farti risparmiare tempo, il seguente modulo di registrazione è stato precompilato usando le informazioni presenti nel tuo profilo Facebook.**

**Nome e informazioni pubbliche:**  
Paolo Abbiati  
52 anni

**Indirizzo e-mail:**  
paoloabbiati@libero.it

**Posizione attuale:**  
Certosa di Pavia

**telefono:**

**Registrati** | **Amico**

Clickando su Registrati, consentirai anche il Trattamento Laser di accedere anche alla tua lista di amici e ad altre informazioni pubbliche e di te. Non verrà condivisa nessuna informazione con Trattamento Laser finché non cliccherai su Registrati. Maggiori informazioni

Charme Beauty Center/Viale Europa, 51/53 - Cologno Monzese (MI)  
T. 02 36757565 - F. 02 93564102 - charme@charmbeautycenter.it

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

**www.wavemarketing.it**

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

**facebook** | Cerca persone, luoghi e oggetti

Cotto e mangiato **CUCINA TU** | **Ti piace**

**Invia la tua ricetta**

Le tue ricette continuano a essere protagoniste della nostra Fan Page: ti basta compilare questa form. Facile no?

**INSERISCI I TUOI DATI**

Nome

Cognome

Città

Email

Telefono

Nome della ricetta

Preparazione

Allega foto  Nessun file selezionato

**TERMINI DI PARTECIPAZIONE**

I presenti termini di partecipazione all'evento "Le ricette dei fan di Cotto e Mangiato" ("Termini"), su <http://www.uac.mediaset.it/cottomangiato/in/ricette/> si applicano a qualsiasi utente che usufruisca

**wave**  
WAVE YOUR BUSINESS

**eting.it**

**facebook** Cerca persone, luoghi e oggetti

**Renault Italia** ZOE EXPERIENCE Mi piace

**Scoprire R-Link**  
 Con R-Link accedi al tuo account Twitter per rimanere sempre aggiornato e informato su cosa fanno i tuoi amici. Resta sempre connesso al tuo mondo!

**Renault Italia** @renaultitalia 3h  
 Che programmi avete per il #weekend? goo.gl/cb3mt4

**Farnesina Verde** @FarnesinaVerde 17 Jun  
 Da oggi il parco macchine della Farnesina è più verde: c'è anche Twizy  
 pic.twitter.com/TyyVQ9VQDM  
 Retweeted by Renault Italia

**Renault Italia** @renaultitalia 21 Nov  
 Nuovi motori #Renault Obiettivo: riduzione della massa del veicolo @auto\_app autoappassionati.it/notizie/attual...

**SCOPRI ZOE**  
 VAI AL SITO >

**ZOE EXPERIENCE**  
 Chi l'ha già provata!  
 Sig. Calandia 29/30 maggio 2013 Milano [GIORDA L'INTERVISTA >](#)  
 Sig. Branbilla 31 maggio/1 giugno 2013 Milano [GIORDA L'INTERVISTA >](#)  
 SCOPRI DI PIÙ >

**GRANDE PROVA RENAULT**  
 Prova ZOE per un giorno intero  
 PRENOTA LA TUA PROVA >

**wave** wave your business

**Beschi Snc** Contatta Più informazioni...

**Collezioni** Recenti

Portaspazzolino BeschiSnc 10,00 €	Portaspazone BeschiSnc 10,00 €	Portaspazole per capelli BeschiSnc 18,00 €	Portamestoli BeschiSnc 20,00 €

**wave** wave your business

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Beschi Snc Materie Plastiche

**Beschi Snc**

Torna allo Shop

### Vaso per composizioni floreali

Fai Blove del prodotto

Categorie: Design-Idee Originali - Aggiunto il 02 Luglio 2014 - # 778497

Scegli colore

**25,00 €**

Aggiungi al Carrello

Costi di Spedizione

Spedisce da: Italia

Spedisce in	Costo	Con un altro prodotto
Italia	8,00 €	8,00 €

Metodi di Pagamento

PayPal VISA DISCOVER Bonifico

www.wavemarketing.it

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

## Si MISURA TUTTO... occorre stabilire Cosa misurare, Quando e Perché

Users: See Details

Visitors: **205** Unique Visitors: **305,063** Monthly Active Users: **22,713** (+23%)


Active Users: Daily Active Users, Weekly Active Users, Monthly Active Users

Interactions: See Details

Post Views: **198,805** (+30%) Post Feedback: **605**

Page Content Feedback: Daily Likes, Daily Comments

www.wavemarketing.it




Ma...

... **la CASA E' IN ORDINE?**

- 1) Il **sito internet** è ben fruibile da **mobile**?
- 2) Il sito internet ha un **form di contatto** ben in evidenza?
- 3) C'è un sistema di **Analytics** per misurare le **conversioni**?
- 4) La **comunicazione** aziendale è **coordinata** con i Social Media?
- 5) **Tutte le persone** in azienda **sono al corrente** della strategia sui Social Media?
- 6) Etc etc etc

...MA QUESTA E' UN'ALTRA PUNTATA 😊


[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



Audience

Stimolo

Conversazione

Conversione

**Fidelizzazione** →




[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



# Anche questa è un'ALTRA PUNTATA 😊


[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



## Caso reale



**Chi siamo :-)**  
[Home page](#) > Chi siamo :-)

**Il Centro Giardinaggio San Fruttuoso nasce nel 1970**  
 E' uno dei primi garden di Milano e hinterland, si sviluppa progressivamente fino a raggiungere il massimo delle sue dimensioni negli anni '80, periodo in cui viene particolarmente rivalutata la cura dell'ambiente anche attraverso le opere di giardinaggio...

Oltre ad essere considerato punto d'incontro per gli amanti del verde, il Centro Giardinaggio San Fruttuoso ha sempre realizzato lavori di abbellimento nei parchi e nei giardini storici, insieme alla manutenzione di aree pubbliche.




[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)






**Obiettivi iniziali**

- Incrementare la **presenza del Centro Giardinaggio nel web** attraverso una strategia Social, al fine di **aumentare il numero dei clienti**.
- Riuscire a misurare il più possibile il ROI fra investimento sui Social Media e nuovo fatturato/nuovi clienti acquisiti nel breve medio periodo.




[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



**Step strategici concordati**

- Incremento dell'audience con primo step a 10.000 in target (*Fan recruiting*)
- Incremento dell'interesse verso le promozioni e le attività del Centro attraverso contenuti virali, questionari, giochi.
- Creazione e sviluppo di una comunità di interessi comuni (piante, animali, giardinaggio, ecc...)
- Aggiornamento del layout della pagina e creazione di contenuti grafici



[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

- Creazione di una **landing page** per generare **lead commerciali** e fidelizzare i clienti attraverso la **“Carta Clienti San Fruttuoso”**
- Creazione di **sistema QR Code** per generare **lead**, tramite offerte settimanali. Promozione **In Store**
- Creazione di **Facebook Offer** specifiche integrate su Facebook, usufruibili al Centro Giardinaggio
- Gestione e promozione degli **eventi**
- Ideazione e produzione di **dieci video tutorial** per promuovere i servizi del Centro Giardinaggio e gestione canale **YouTube**

 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Centro Giardinaggio San Fruttuoso

**Dove verde e natura sono di casa**

Lunedì dalle 10.00 alle 19.30  
Martedì/Sabato dalle 9.00 alle 19.30  
Domenica e festivi dalle 9.00 alle 19.00

**Centro Giardinaggio San Fruttuoso**  
Centro per il giardinaggio

Diario Informazioni Visita il nostro sito Carta San Fruttuoso Altre

**PERSONE**

★★★★★  
7.336 "Mi piace"  
333 visite

A Francesco Castaldo, Giuseppe Brambilla e altri 13 amici piace questo luogo o lo hanno visitato.

Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

**INFORMAZIONI**


Viale Lombardia 237  
Monza  
039 742102


Post Foto/video

Scrivi qualcosa su questa Pagina...

Centro Giardinaggio San Fruttuoso  
50 minuti fa

La zucca è un ortaggio che si presta a mille gustose ricette, ma anche il simbolo più rappresentativo della festa di Halloween. Prestissimo scoprirete i corsi creativi che abbiamo preparato per i più piccoli, aspettando il 31 ottobre 🍬



 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

# Strategia ADV

**Promozione** dei contenuti , delle *landing page*, degli **eventi** e delle **Facebook Offer** tramite campagna sponsorizzata **Facebook Ads**

**Area:** Monza e Brianza

**Interessi:** Cibo biologico, Arti decorative, Pianta ornamentale, biologico, Sostenibilità, ambiente, Sustainable agriculture, piante grasse, Fiore, Ecologia, Organic horticulture, Agricoltura biodinamica, Sviluppo sostenibile, Giardino, Vivaismo, Agricoltura biologica, Orticoltura, Ambiente naturale, Natura, Verde, Albero, Piante succulente, Agricoltura o Ambientalismo)




wave  
WAVE YOUR BUSINESS

[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**Centro Giardinaggio San Fruituoso**  
Pubblicato da Marco Vidale [?] · 8 agosto · Modificato [?]

Un "Mi piace" se quando se in vacanza non puoi fare a meno del tuo amico a quattro zampe!



Mi piace · Commenta · Condividi · 797 · 10 · 53 condivisioni

Placé a Ida Massucco, Coppini Silvia, Giuseppina Francesco e altri 794.

Loredana Scaccioni E' troppo tenero !!!  
10 agosto alle ore 15:36 · Non mi piace più · 1

Gabriella Casiani Bellissimo  
11 agosto alle ore 9:22 · Non mi piace più · 2

Alissa Cagliari Certo che viene con noi fa parte della famiglia e se non lo accettano si cambia posto . La corsica la entra pure nei centri commerciali e nei negozi di souvenir anche con merce fragile.  
11 agosto alle ore 20:23 · Non mi piace più · 2

Dalco Omy Dove vado lo c'è sempre la mia cucciolotta.  
12 agosto alle ore 13:55 · Non mi piace più · 1

Maria Teresa Giuliani Bello questo jach russel Mi sembra di vedere il mio cocc  
12 agosto alle ore 22:38 · Non mi piace più · 1


Amici Di Charlie Alessandra Mai sempre con noi Che vacanze sarebero  
13 agosto alle ore 11:16 · Non mi piace più · 1

Amici Di Charlie Alessandra In Toscana il accottano senza problemi e fanno anche il bagno in mare !! Perché altri in posti fanno problemi assenti !! Peggio per loro ... I miei tessi il porto sempre con me  
13 agosto alle ore 11:20 · Non mi piace più · 2

Laura Jacobone Viene con noi fa parte della famiglia...Io lo chiamo il figlio con i pelli.  
14 agosto alle ore 9:10 · Non mi piace più · 1

**Centro Giardinaggio San Fruituoso**  
Pubblicato da Marco Vidale [?] · 18 settembre · Modificato [?]

Che ne dite di un vaso di viole colorate a 0.55 centesimi?  
Lo trovi nel nostro vivaio! 😊



Mi piace · Commenta · Condividi · 74 condivisioni

Placé a Mario Patriarca, Laura Bemasoni, Maria Julia Delgado e altri 459.

Visualizza altri 11 commenti

Arietemb Arietemb Belleeeeeeeee  
Visualizza traduzione  
21 settembre alle ore 22:08 · Non mi piace più · 1

Filomena Melino Bellissime  
22 settembre alle ore 8:05 · Non mi piace più · 1

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

**Esempio di Ads "stagionale"**

**Centro Giardinaggio San Fruttuoso**  
Sponsorizzata

Sono arrivate le grandi offerte autunnali al Centro Giardinaggio di Monza! Aperto domenica



**Centro Giardinaggio San Fruttuoso**  
Centro per il giardinaggio  
Piace a 7.320 persone.


 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

**DB Building con Carta Clienti**

**Centro Giardinaggio San Fruttuoso**  
Sponsorizzata

Sei di Monza? Clicca e ricevi 30 punti GRATIS sulla tua carta clienti! Scopri di più!



**Centro Giardinaggio San Fruttuoso**  
Centro per il giardinaggio  
Piace a 7.320 persone.

**30 PUNTI GRATIS PER TE!**

COMPILA IL FORM E ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER. OTTERAI SUBITO 30 PUNTI GRATIS SULLA TUA CARTA SAN FRUTTUOSO!


**COME FUNZIONA LA CARTA SAN FRUTTUOSO?**

- E' POSSIBILE RICHIEDERE GRATUITAMENTE LA CARTA SAN FRUTTUOSO PRESSO LA NOSTRA SEDE.
- OGNI 3 EURO DI ACQUISTO AL CENTRO GIARDINAGGIO SAN FRUTTUOSO EQUIVALGONO AD UN PUNTO SULLA CARTA.
- AL RAGGIUNGIMENTO DI 50 PUNTI AVRAI DIRITTO AD UN BUONO ACQUISTO DI 10 EURO SPENDIBILE SU QUALSIASI ARTICOLO.
- COMPILANDO IL FORM IN QUESTA PAGINA RICEVERAI SUBITO 30 PUNTI GRATIS!

**POTRAI UTILIZZARE LA CARTA SAN FRUTTUOSO IN TUTTI I REPARTI DEL NOSTRO CENTRO!**

- Serra
- Vivaio
- Giardinaggio
- Zoo Garden
- Acquariologia
- Irrigazione
- Decoupage
- Vaseria

**REGISTRATI QUI!**

 Per farti risparmiare tempo, il seguente modulo di registrazione è stato precompilato usando le informazioni presenti nel tuo profilo Facebook.

**Nome e informazioni pubbliche:**

**Indirizzo e-mail:**

**Posizione attuale:**



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Promo QR - Promozione InSotre - DB Building



Scopri la promo

centro giardinaggio

CALLUNA + VASO 11 CM

2x1

Inserisci la tua mail per ricevere l'offerta

email

Dichiaro di aver letto [l'informativa privacy](#).

Invia

**wave**  
HOW YOUR BUSINESS

www.wavemarketing.it

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

ott 18 A tu per tu con lo Chef (degustazione bio vegana e vegetariana)

Centro Giardinaggio San Fruttuoso  
viale Lombardia 237, 20130 Monza

Incontro con Viviana Lavatelli, chef di Cucina Naturale, per parlare di alimentazione sana e genuina.

Ti aspettiamo per scoprire assieme trucchi e ricette, degustando assaggi biologici vegani e vegetariani in un piacevole ambiente "verde".

Il costo della lezione compresa la degustazione è di 12€, prenotazione al numero 039-742102

Menu' di sabato 18 ottobre (dalle 16.00 alle 18.00):

- Sfogliata di Zucca e Curcuma agrumata
- Mignon speziati alle creme di verdure (broccoli e Thaina, lupini, peperoni)... Altro...

Sabato dalle ore 16.00 alle ore 18.00  
Tra 3 giorni - 23°C / 15°C Sereno

Partecipa Forse Invita

Gloria e Laura parteciperanno

INVITATI

37	7	231
partecipanti	forse	invitati

INSIGHTS

1,6mila portate 📊  
1,2mila new questa settimana

186 visualizzazioni 📊  
101 new questa settimana

60 interazioni 📊  
34 new questa settimana

Aggiornato: 4 ore fa

**wave**  
HOW YOUR BUSINESS

www.wavemarketing.it

Creazione, Gestione e Promozione di Eventi





### Ideazione e produzione di dieci video per promuovere i servizi del Centro Giardinaggio

 Centro Giardinaggio San Fruttuoso  
Pubblicato da Marco Vidale (?) · 13 ottobre · Modificato (?)

Corso decoupage "Tea Time" english style  
Che programmi avete per domenica 19 ottobre?  
Vi aspettiamo alle 9.30 al corso di decoupage a tema inglese "Tea time", con demo gratuita nel pomeriggio ;)



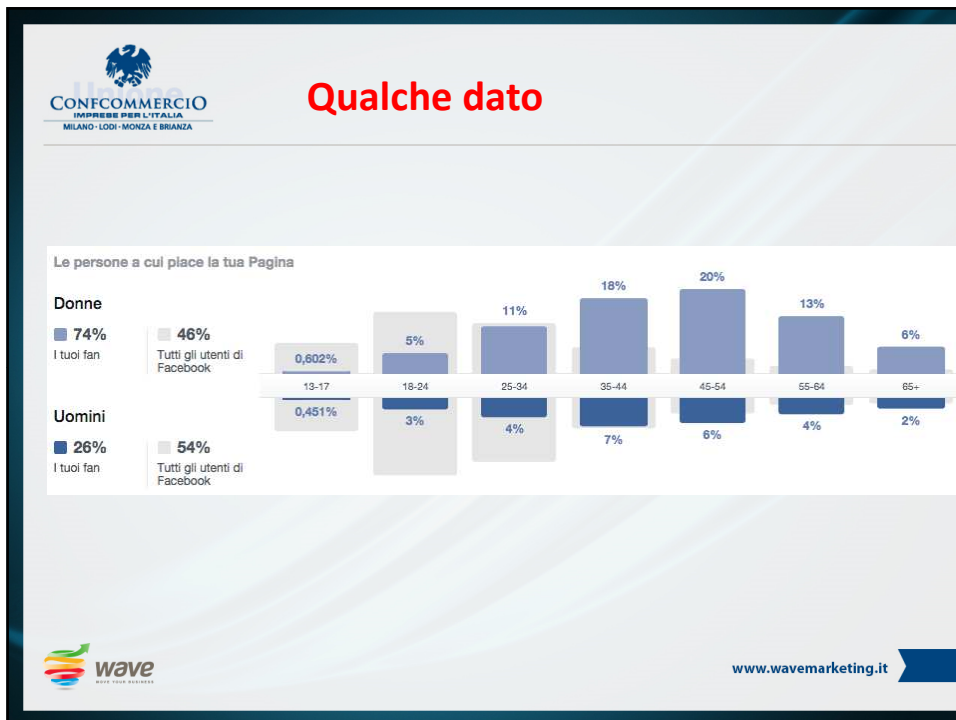
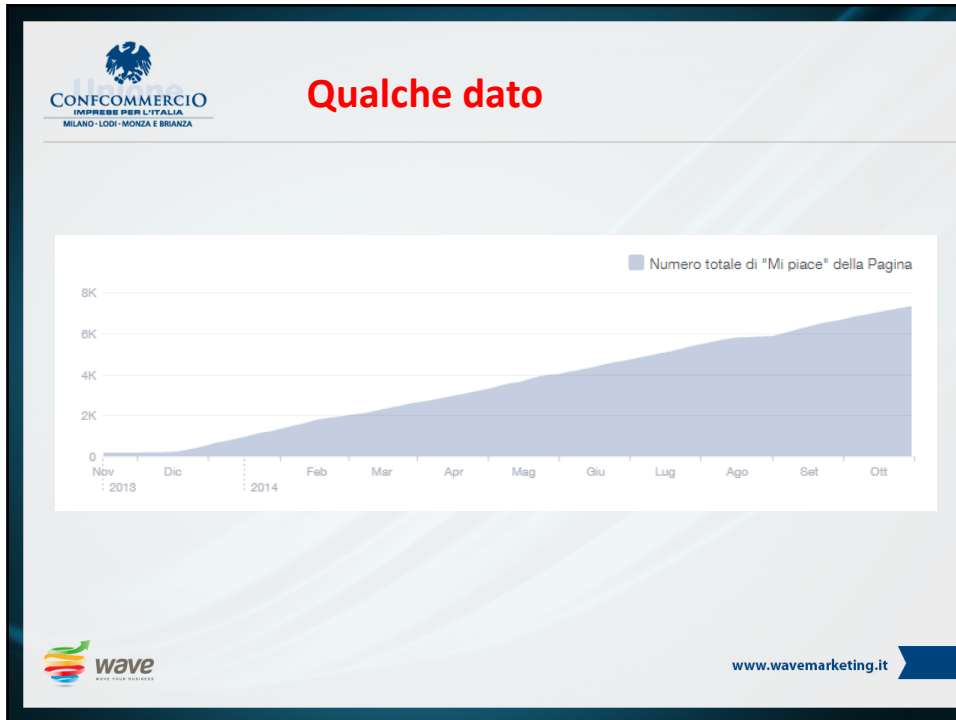
 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)

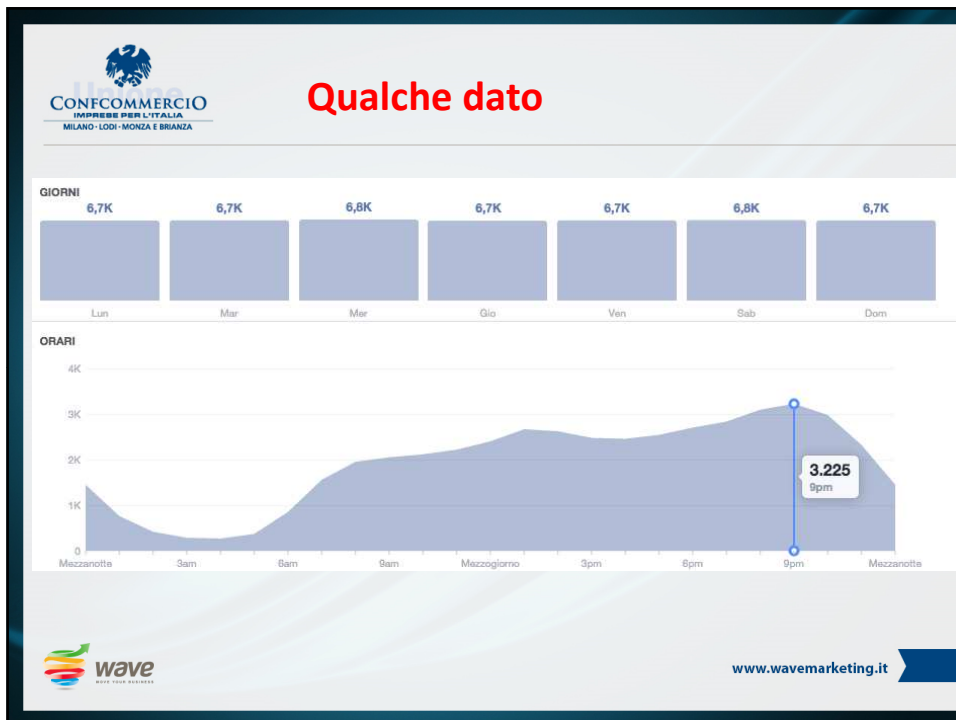
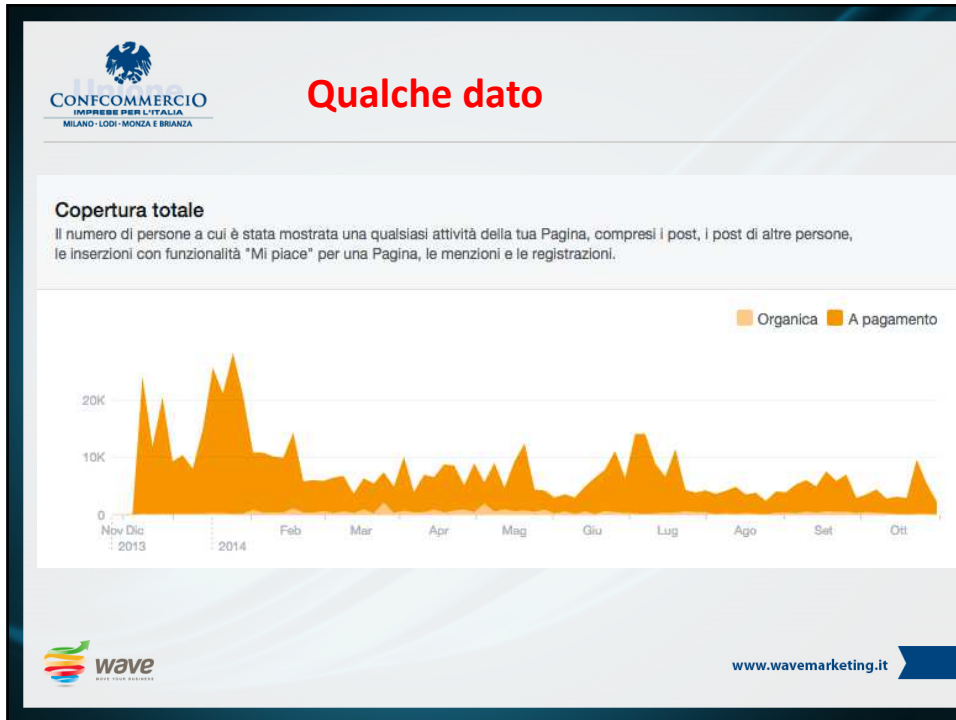


### Immagini dal Back Stage



 [www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)








**RICORDIAMOCI CHE:**

- Un progetto di Social Media Marketing non è un progetto TECNOLOGICO bensì STRATEGICO
- Il CONSUMATORE è MULTICANALE...sono le aziende che ancora non lo sono!!!
- Un progetto di SMM non si ripaga necessariamente nel breve periodo... i negozi nei luoghi più chic dei grandi Brand sono perennemente in perdita! ;-)



[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)



**Prossima Puntata:**  
 10 Novembre h. 11.00 – 13.00  
**Sfruttare le Email per incrementare le vendite**

**Paolo Abbiati**  
 Email: [paolo.abbiati@wavemarketing.it](mailto:paolo.abbiati@wavemarketing.it)  
 FB: <https://www.facebook.com/paolo.abbiati>  
 Skype: morse26

**Wave S.r.l.**  
 Via Bice Cremagnani 16 – Vimercate (MB)  
 Tel. 039.5967390  
 Email: [info@wavemarketing.it](mailto:info@wavemarketing.it)


[www.wavemarketing.it](http://www.wavemarketing.it)