



Promozione dell'Imprenditorialità
Giovanile in Agricoltura

mipaaf

Ministero delle
politiche agricole
alimentari e forestali



WORKSHOP IMPRENDITORIA GIOVANILE

Centro Congressi EATALY – 7/8 settembre 2016

**Giovani, agricoltura, impresa: strumenti online e
offline per il marketing e l'internazionalizzazione**

***Strumenti social e digital marketing
Piano editoriale***

Flavia Trupia



Benchmarking: cosa fanno gli altri

- Su **quali social** network operano
- Quali **contenuti** inseriscono (commerciali, di contesto eccetera)
- Con quale **frequenza** pubblicano i loro contenuti
- Quanta **interazione** sviluppano
- Quanti «**mi piace**», «**follower**», «**following**» ecc. hanno
- Quali sono i **contenuti pubblicati dagli utenti**
- **Rispondono ai messaggi?**



Obiettivi

- Quali sono gli obiettivi da raggiungere attraverso la comunicazione sui social?

**Clienti, notorietà, lanci di una start up,
autorevolezza...**



Quali contenuti

- Presentazione dei **prodotti o dei servizi**
- **Intrattenimento su un macrotema legato al mio business** (esempio scarpe-moda o fashion business)
- **Edutainment** (esempi: educazione finanziaria per una banca; educazione alimentare per un'azienda alimentare; educazione alla prevenzione per una Asl)

Scegliere un macrotema



Individuare le fonti per i contenuti esterni

- **Testate on line**
- **Blog e siti**
- **Canali YouTube**
- **...**



Creare contenuti originali

- **Clip**
- **Video-interviste ai protagonisti del proprio settore**
- **infografiche**
- **Citazioni**
- **Guerrilla**
- **Eventi (live twitting e live facebook)**
- **...**