

Il progetto Smile To Me

ELEMENTI DI PARTENZA

- CAMPAIGNA ON LINE E OFF LINE
- PUBBLICITÀ E PROMOZIONI PRIMA DEL LANCIO DELL'INIZIATIVA
- PARTECIPAZIONE ATTIVA DEL PUBBLICO

1. ANALISI DEL CONTESTO

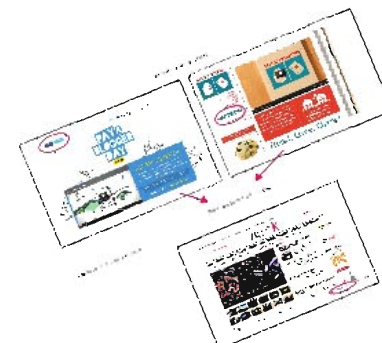
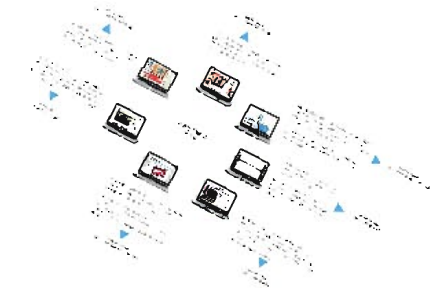
- Identificazione del problema
- Analisi del mercato e del pubblico
- Analisi della concorrenza
- Analisi delle risorse disponibili

2. STRATEGIA

- Definizione degli obiettivi
- Selezione dei canali di comunicazione
- Definizione del budget

3. ATTIVITÀ

- Sviluppo dei contenuti
- Produzione e distribuzione
- Monitoraggio e valutazione



Smile To Me

Tesi di laurea di
Silvia Meloni

Relatore:
Federico Oppedisano


PERCORSO

PERCORSO

- RICERCA
- CASI STUDIO
- CONSIDERAZIONI
- ELEMENTI DI PARTENZA
- IL PROGETTO SMILE TO ME



Ricerca

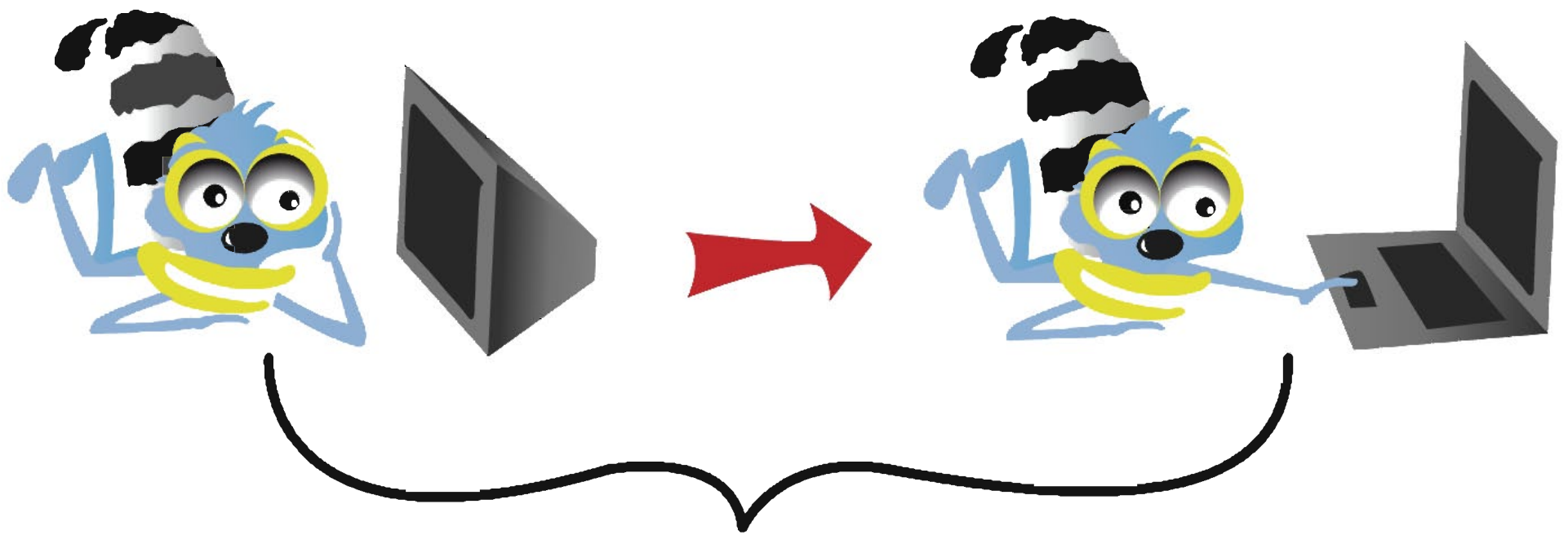


- Pillole di Storia

- Apprendere



- Progettare



● *Pillole di Storia*

①

Società Moderna

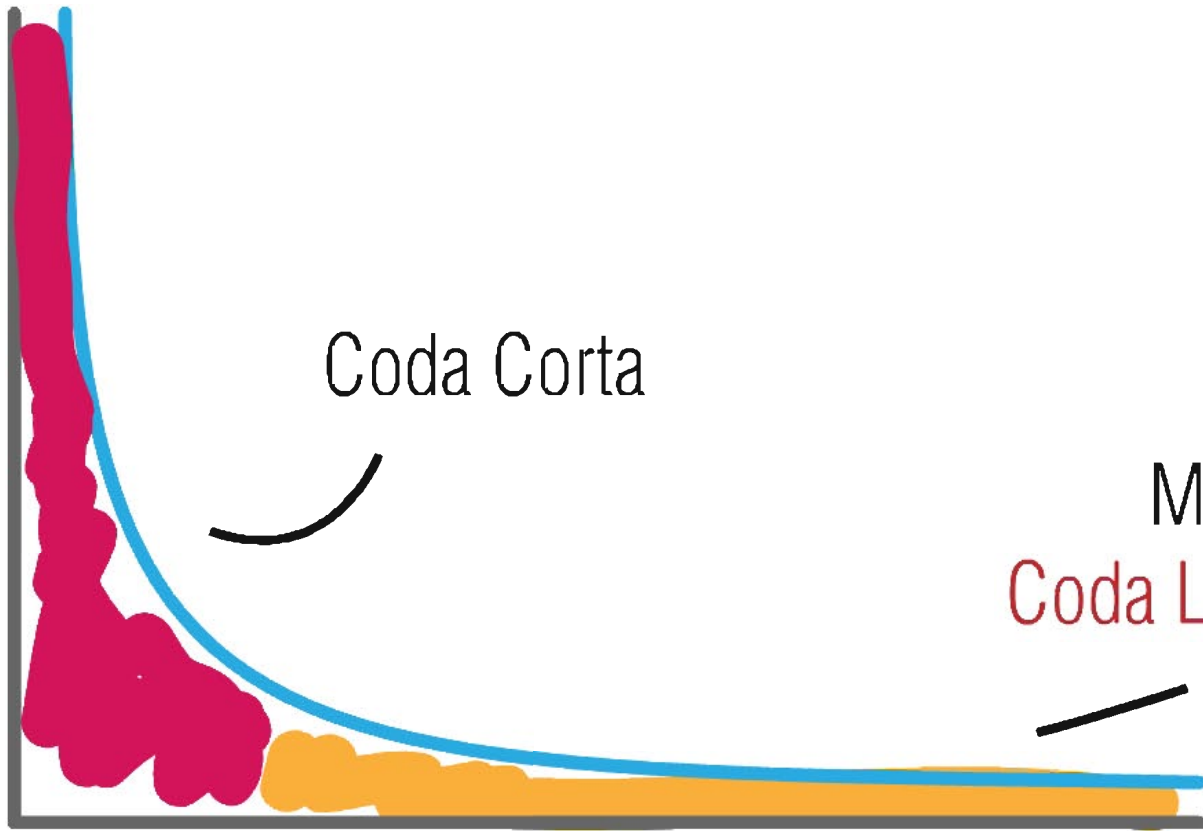
Mondo della scarsità



Società in rete

Mondo dell'abbondanza





Coda Corta

Mercati delle nicchie
Coda Lunga

2

Consumatori

Prosumer

L'autocomunicazione di massa

Consumatori → Prosumer → L'autocomunicazione di massa

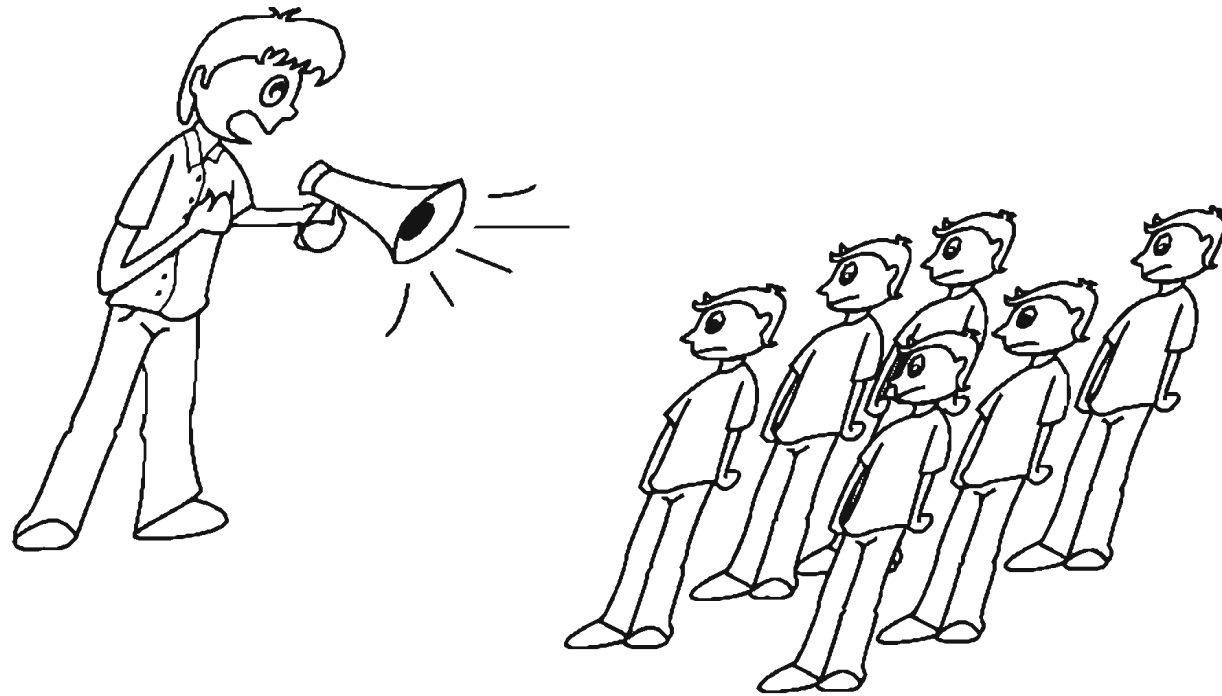
Comunicazioni di Massa + Comunicazioni interpersonali + Autocomunicazione di massa = Cultura Convergente

Moderna → Società in rete  Coda Corta

PUSH

Relazione comunicazione
1 a molti

3



PULL

Relazione comunicazione
1 a 1





SOCIAL
MEDIA
MARKETING



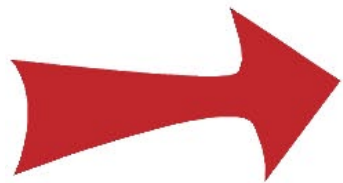
1

DEFINIZIONE



Dialogo -
Conversazione tra
azienda e cliente

ra
e



- FEEDBACK
- CONSIGLI SUI
PRODOTTI

②

LE OPPORTUNITA'
PER LE AZIENDE



COME DEVE ESSERE L'AZIENDA NEL WEB



Attività che si possono fare per avviare la comunicazione online



SEO

Search Engine

Optimization

DUE DIVERSE TIPOLOGIE DI POSIZIONAMENTO

The screenshot shows a Google search for "baseball cards". At the top, the Google logo and search bar are visible. Below the search bar, there are navigation tabs for "Web", "Shopping", "News", and "Books". The search results are divided into two main sections: "Paid" search (AdWords) and "Organic Search".

"Paid" Search, AdWords

- Baseball Cards** (Yellow Pages.AOL.com) - Use AOL's Yellow Pages to Find Local Businesses Fast - It's Easy!
- The Baseball Card Shop** (www.baseballcardshop.net) - safe secure online shopping for baseball cards and sports...
- Get Your Baseball Cards** (Sponsored Links)
- Get Baseball Cards** (Buy open a virtual pack. Then create a team & play off. www.baseball.com)
- Baseball Cards** (Baseball Cards available. Baseball Cards. Get now! www.etsy.com)
- No Reserve Sports Auction** (Sportcard and memorabilia a \$1 No reserve auction. www.peterjohns.net)
- Buy Baseball Hobby Boxes** (Buy Unopened Boxes of Baseball Cards from US, Japan, and Overseas. www.DACardWorld.com/BaseballBoxes)
- Baseball Display Cases** (Holds 12, 24, 30, 48 baseballs. Solid wood, glass door. www.displaycases.com)
- Charm City Baseball Cards** (Free UPS Shipping orders over \$149. Boxes, packs, cases, The-Sells. www.charmcitycards.com)

Organic Search

- Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth** (CardPrice.com is the world's most comprehensive online baseball card price guide. Our software allows you to research cards, view cards, and organize cards... www.cardprice.com - 10k - Cached - Similar pages)
- Baseball Cards Only - The Ultimate Card Shop on the Web!** (The Ultimate Baseball Card Site on the Web. Buy, Sell, or Trade by e-mail. www.ultimate.com - 75k - Cached)
- Baseball Cards 1887-1914** (This collection presents a Library of Congress treasure - 2100 early baseball cards dating from 1887 to 1914. The cards show such legendary figures as Ty... www2.loc.gov/pds/baseballcards.html - 9k - Cached - Similar pages)
- Prints & Photographs Online Catalog - Baseball Cards search** (Query screen for searching Baseball Cards in Library of Congress Prints and Photographs Online Catalog. www2.loc.gov/pds/baseballquery.html - 10k - Cached - Similar pages)
- Shopping results for baseball cards**
 - 2007 Upper Deck Black Baseball Trading Cards \$249.99 - Walmart
 - Flare MLB 2002 Flare Premium Unopened Box... \$119.99 - MC Sports
 - Demos Chicago Cubs Team Demos Baseball Card Set \$19.99 - Sports Authority
- Baseball Cards at Homeuncards.com** (Baseball Cards, Rookie Cards, Autograph Cards, and Game Worn Jersey Cards of more than 5000 different players all available in alphabetical order)

PAY PER CLICK
Circa il 33% dei click

POSIZIONAMENTO ORGANICO
Circa il 66% dei click



SEM

Search Engine

Marketing

Google Programmi pubblicitari

Attrai nuovi clienti: [Google AdWords](#)



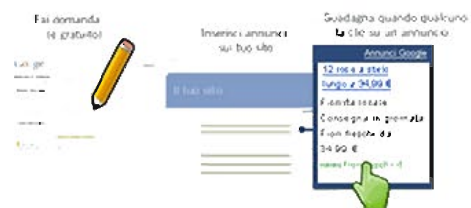
Vantaggi di AdWords

- Acquisisci più clienti per il tuo business: mostra la tua pubblicità alle persone che effettuano ricerche su Google e sulla nostra rete pubblicitaria
- Raggiungi gli utenti che cercano attivamente informazioni sui tuoi prodotti e servizi online
- Controlla facilmente i costi e paga solo quando gli utenti fanno clic sul tuo annuncio

[Introduzione ad AdWords](#)

Ti possiamo aiutare a raggiungere i tuoi obiettivi pubblicitari. [Contatta l'ufficio vendite](#) o chiama il numero verde 800 930 802.

Guadagna con il tuo sito web: [Google AdSense](#)



Vantaggi di AdSense

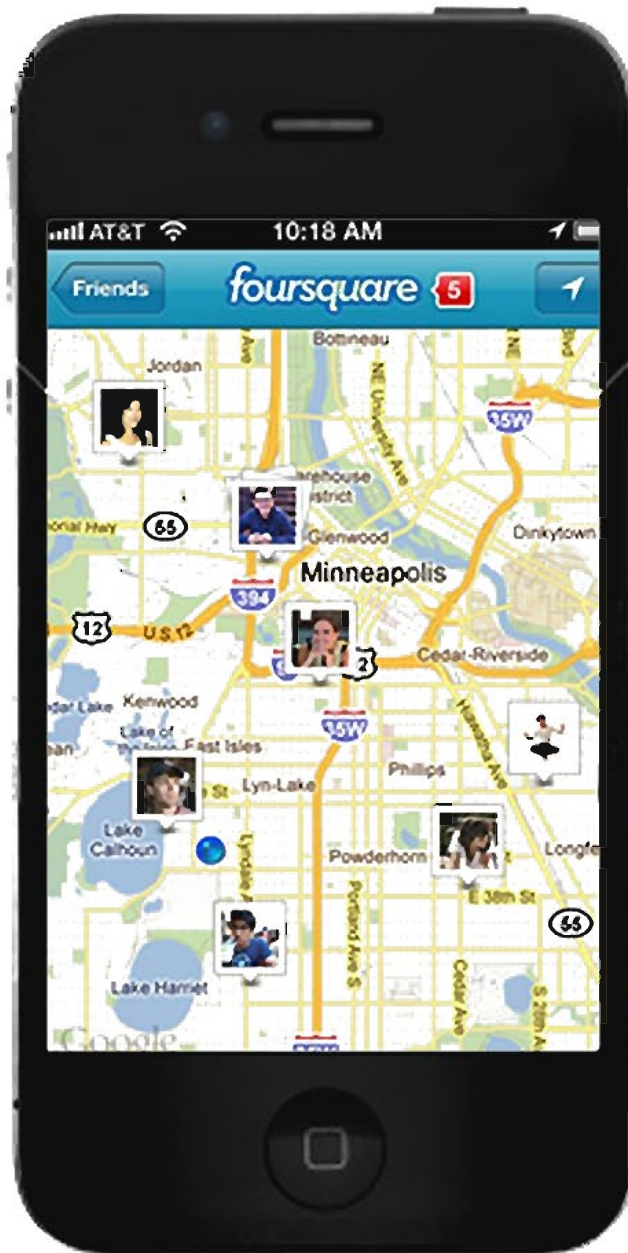
- Massimizza il potenziale di guadagno del tuo sito web con annunci con targeting contestuale
- Monitora il successo di diversi formati e posizioni con i rapporti online
- Personalizza gli annunci per adattarli al layout del tuo sito web

[Introduzione ad AdSense](#)

Desideri ulteriori informazioni su AdSense? [Ulteriori informazioni](#)



Mobile
Search
Marketing





E-mail
Marketing



Prodotti

Soluzioni

Formazione

Assistenza

Download

Società

Store

Cerca

Il mio supporto | Le mie ordinazioni | Il mio carrello | Accedi

Pagina principale / Newsletter mensile /

Abbonatevi alle newsletter mensile di Adobe Italia!



Potete ricevere via e-mail una newsletter mensile gratuita da Adobe: iscriversi è facile! Basta fornire le informazioni richieste e fare clic su Invia in fondo alla pagina.

La nostra newsletter "AdobeNews Italia" è studiata per i professionisti del design, del video, del digital imaging e del web, per tutti coloro che desiderano essere aggiornati sul mondo Adobe.

Vi offriremo notizie esclusive sull'evoluzione delle tecnologie Adobe, informazioni sui prodotti, tryout, tips&tricks e tutti gli eventi Adobe a cui sarete invitati a partecipare!

INFORMAZIONI CORRELATE

[Annullare iscrizione](#)

* Campi obbligatori

Nome *

Cognome *

Indirizzo di posta elettronica *

Paese *

Selezionane uno

Paese (altro)

Il vostro indirizzo di posta elettronica sarà mantenuto riservato e non verrà utilizzato per



Social
Media
Monitoring

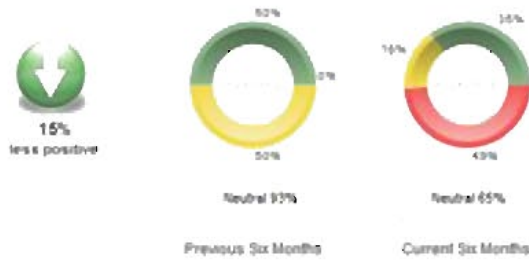


Topics: 16 Topics Selected
 Date Range: Last 6 Months
 Countries: 17 Countries Selected

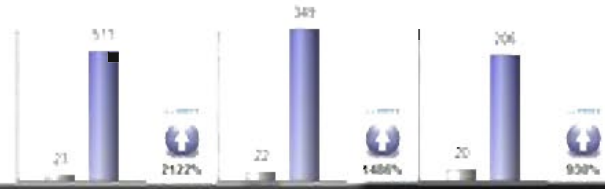
Welcome to TruVoice®

For the current six months, TruVoice® has collected 511 new posts, of which 61% were neutral. Your sentiment for the current six months is 31% positive.

How do people feel?



How much are people talking?



Who's talking the most?

- Ben
- Trey Viper
- STRONGBAD007
- apl2787
- jukebox99
- Roper
- XXXXXXXXXXXXXXX protek
- MondayGuy900
- gdm
- Adrian Knipsley-Mughes

Where are people talking?

- secoadcoqan.com
- blogspot.com
- phillyblog.com
- livejournal.com
- rutendo.com
- feedburner.com
- testmy.net
- xpbanter.com
- hopingforum.ca
- urbanplanet.org

- Marketing Dashboards**
View selected marketing data (users and posts) from Country, Post, Author, and Domain perspectives.
- Topic Summary**
Take a closer look at how people feel about your topics, and how much they are saying.
- Data Dashboard**
Use the Data page to quickly find the posts at the heart of these dashboards.
- EcoSystem**
Explore the relationships between sites and authors to understand who is talking and where.

Last Data Refresh was on Sep 24 at 04:07pm



Web
Analytic

YAHOO! WEB ANALYTICS

REPORTS | CONTROL CENTER | SETTINGS | SUPPORT | LOGOUT

PROJECT:

- Reports
- Dashboard
 - Manage Dashboards
 - Demographics
 - Ecommerce Dashboard**
 - Multi-Site Rollup
 - Summary
 - Traffic
 - Demographics
 - Content
 - Navigation
 - Marketing
 - System
 - Interest Groups
 - Bookmarks

- Saved reports
- Show All
 - [First Time Visits](#)
 - [First Time vs. Return...](#)

Help

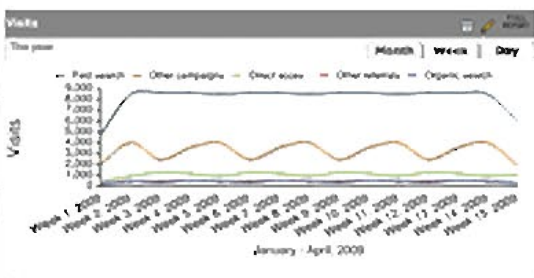
Executive Dashboards give you a grasp of important metrics and key performance indicators (KPIs). Use dashboards to set goals, track your progress and identify danger points.

Marketing Dashboard - www.yourwebsite.com

KPI

Yesterday vs. Same full day 8 weeks before

Visits	54,518	-11.05%
Revenue	\$585,181	33.39%
Acq'n. Cost	499	1.37%
Prod. Yield	371,616	16.04%
Avg. Order Value (Composite Sales)	\$1,445.85	29.31%
Avg. Time per Visit	4m 21s	-9.28%



Traffic KPIs

Last full 7 days vs. Last full week

Visits	11,829	11,550
Monthly Unique Visitors	12,341	11,947
Monthly Returning Visits	2,588	2,609
Avg. Time per Visit	3m 24s	3m 34s
Avg. clicks	10	11
Exit Ratio	161.883	161.670





Viral Marketing

Gorila - Baterista

gajujin + Iscriviti 4 video v



Cadbury Gorilla - In the Air Tonight (Extended)
di madjw
1034933 visualizzazioni
Video in primo



Phil Collins - In the Air Tonight
di Maciej407
3495 visualizzazioni



Incredibile! Suona batteria a 2
di eleziggy86
229969 visualizzazioni



Snowflake the Gorilla 1997 and 2003
di dimitrikissoff
346324 visualizzazioni



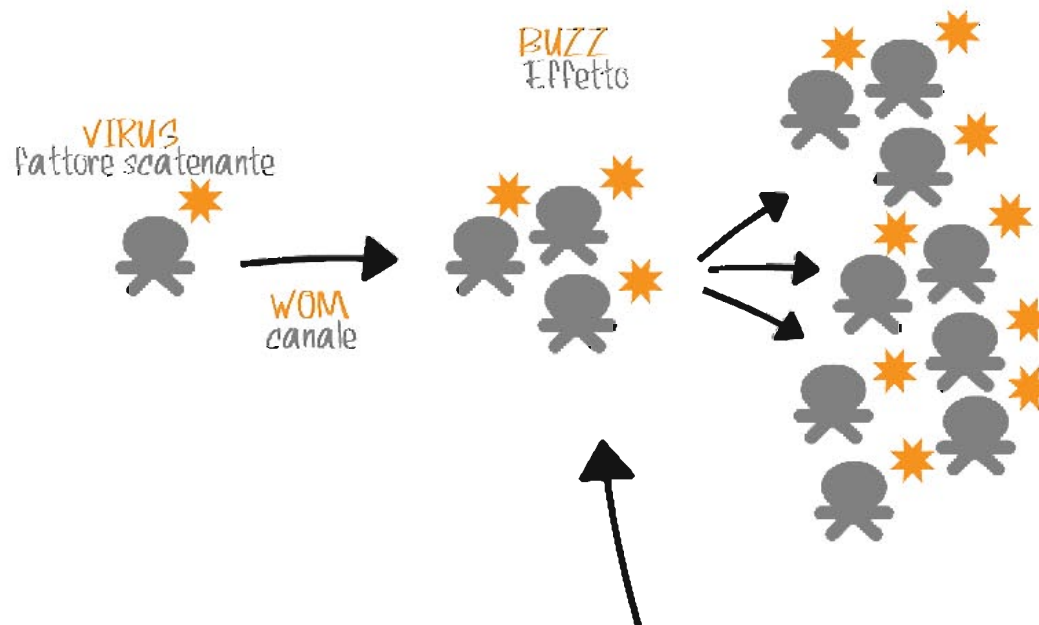
Gorilla Drum Solo - Phil Collins Song Played
di ThePdude
74199 visualizzazioni

Mi piace + Aggiungi a Condividi

54581

Fa parte del
MARKETING
NON CONVENZIONALE

Si può trattare di un video, una foto, un gioco, che avendo delle determinate qualità riescono diffondersi online come se fosse un VIRUS.

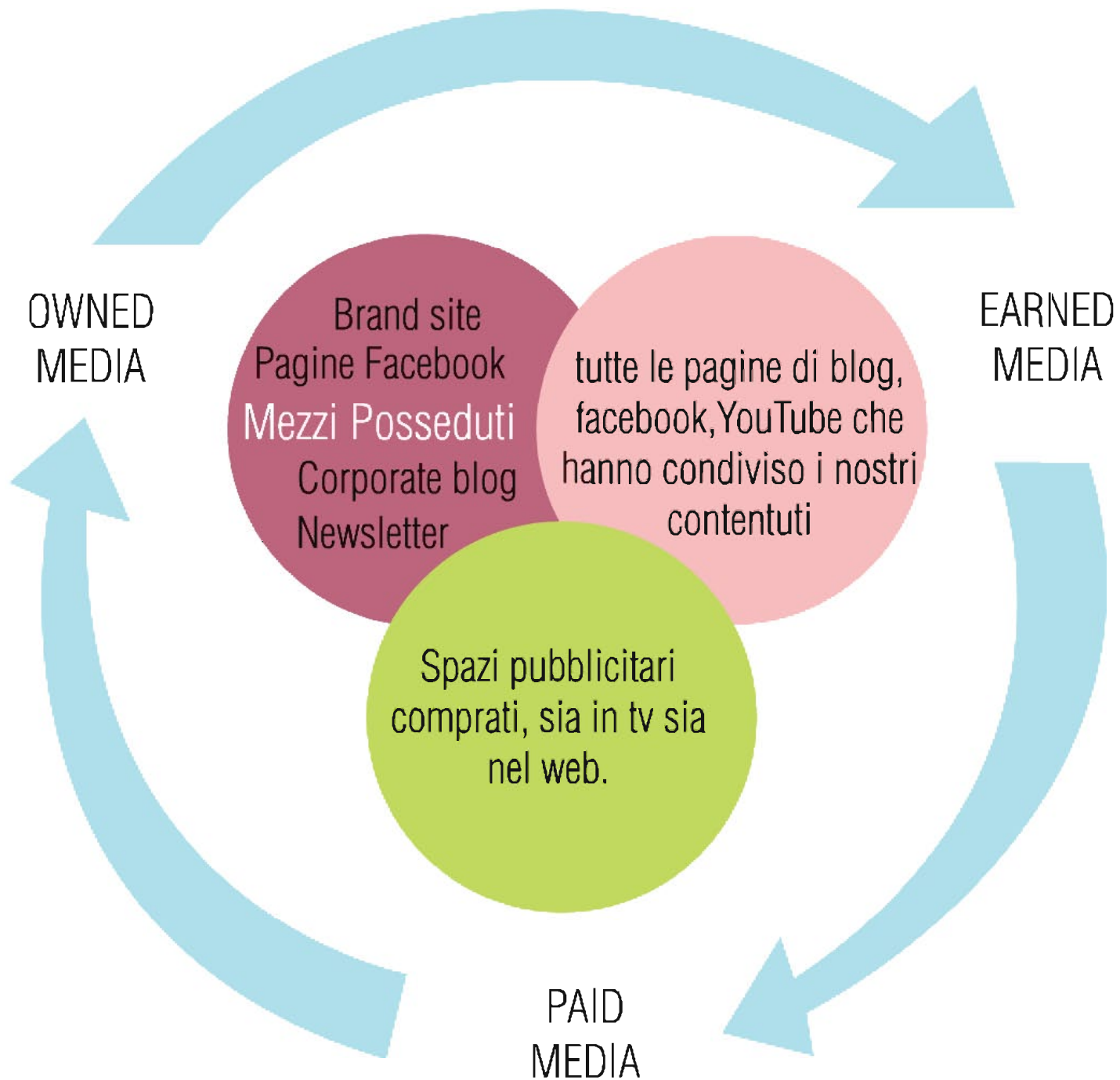



③

IL MEDIA MIX
IDEALE

Si intende quella strategia in grado di integrare media e strumenti tradizionali ai nuovi strumenti legati al web e ai media digitali.







- Pillole di Storia

- Apprendere



- Progettare



Non esiste una strategia standard che vada bene per chiunque, ogni strategia va personalizzata all'azienda richiedente secondo gli obiettivi che essa vuole raggiungere.



raggiungere.



FAR VIAGGIARE IL MESSAGGIO

Il messaggio deve essere in grado di diffondersi da solo

CREARE UN MESSAGGIO VIRALE



ELEMENTI DI SUCCESSO

- Originalità
- impatto, stupore



I TEMPI DI INTERNET

I tempi di diffusione

Rapidissimi

Momento pubblicazione



I tempi del feedback

Lenti

Momento fruizione

5

L'ASCOLTO

1

CONVERSARE

Cosa serve:

Una strategia di contenuti

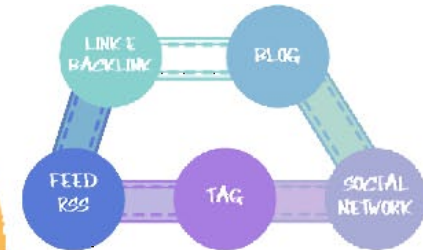
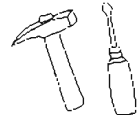
Una nuova voce aziendale

Per aprire una conversazione serve identificare i contenuti che si vuole condividere con i consumatori.

L'identità di un'azienda on line dipende da quello che comunicate e quindi pubblicate

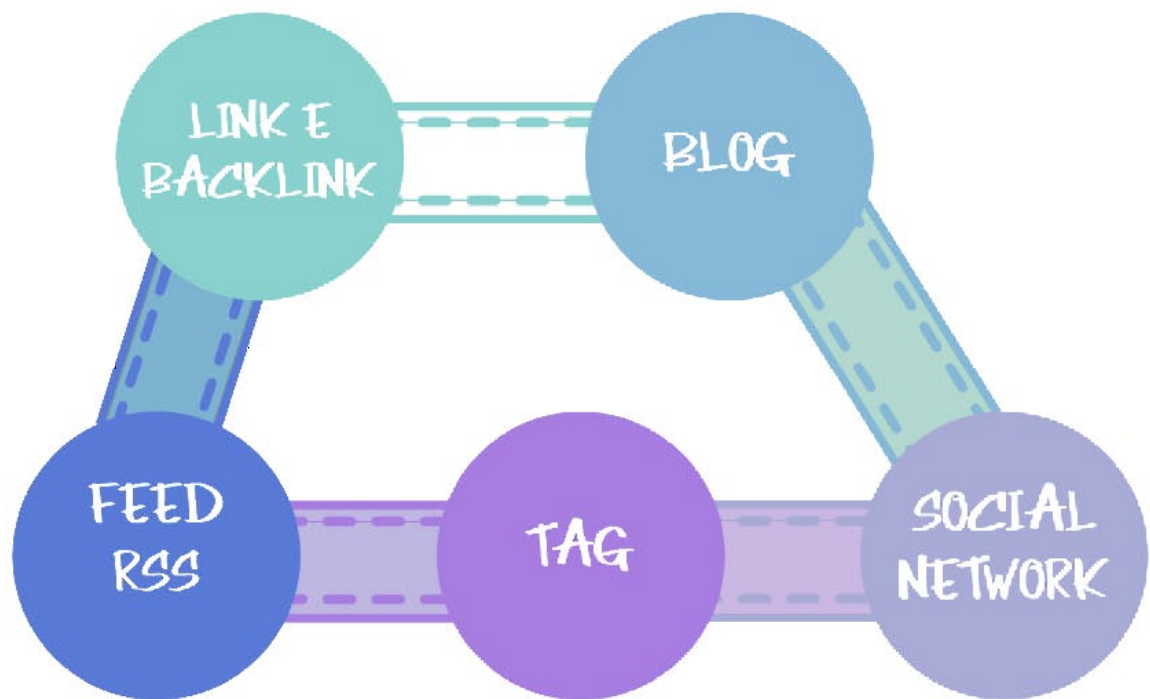
GLI STRUMENTI GIUSTI

Non esistono strumenti giusti a priori, ogni scelta di strumento in relazione alla strategia di comunicazione.



L'ASCOLTO

1





2

CONVERSARE

Cosa serve:

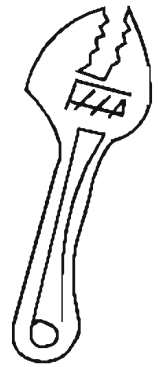
Una strategia di contenuti

Una nuova voce aziendale

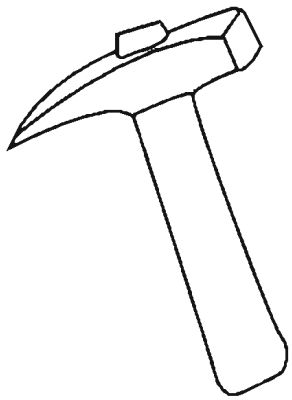
Per aprire una conversazione serve identificare i contenuti che si vuole condividere con i consumatori .

L'identità di un'azienda on line dipende da quello che comunicate e quindi pubblicate

nti
to
e



GLI STRUMENTI GIUSTI



Non esistono strumenti giusti a priori, ogni scelta di strumento in relazione alla strategia di comunicazione.

- interessante
- emozione



I TEMPI DI INTERNET

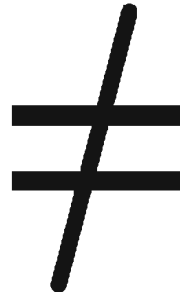
I tempi di diffusione

I tempi del feedback

Rapidissimi

Lenti

Momento
pubblicazione



Momento
Fruizione



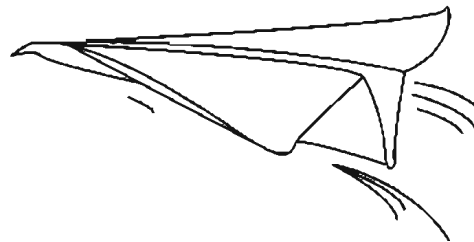
E

FAR VIAGGIARE IL MESSAGGIO

5

Il messaggio deve essere in grado di diffondersi da solo

CREARE UN MESSAGGIO VIRALE



ELEMENTI DI SUCCESSO:

- Originalità
- impatto, stupore

- interessante
- emozione

Il principio del passaparola.



I TEMPI DI INTERNET

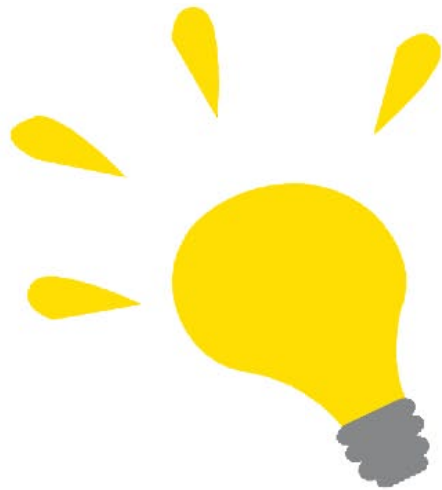
I tempi di diffusione I tempi del feedback

4



Ricerca





L'idea è di promuovere un concetto.

Si tratta di un'iniziativa di

è di promuovere un concetto.



Si tratta di un'iniziativa di carattere sociale,
composta da una campagna online ed offline.



“ Non prendersi troppo sul serio
e
vivere la vita, divertendosi.”



PERCORSO

- RICERCA
- CASI STUDIO
- CONSIDERAZIONI
- ELEMENTI DI PARTENZA
- IL PROGETTO SMILE TO ME

rganizzazione
può sentirsi
l'ha.



PAY A BLOGGER DAY
ringraziamento per t
giorno riempiono la
e intrattenimento, di

È un evento che, gra
social payments, per
favore dei blogger

CASI STUDIO INIZIATIVE

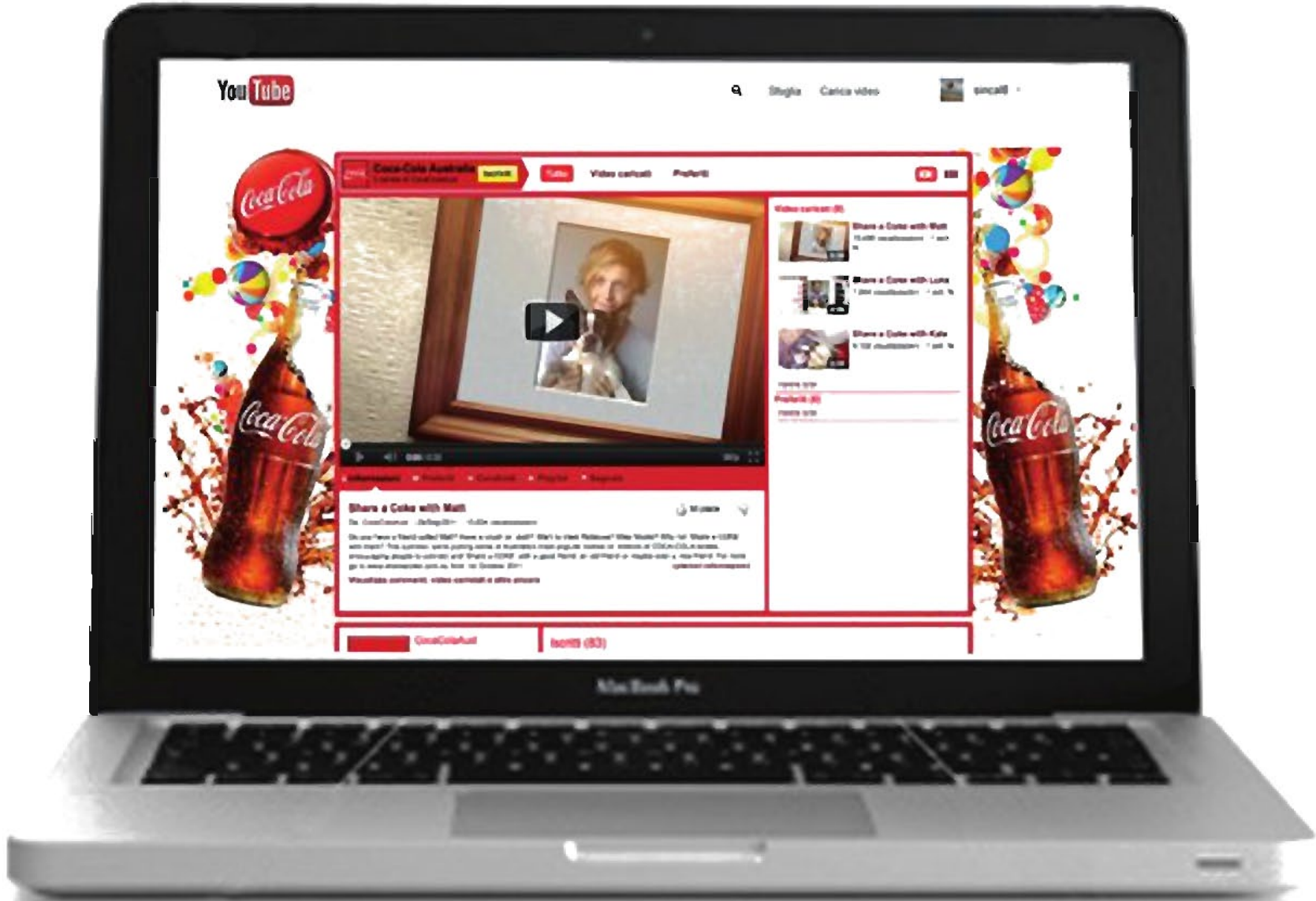


CLEA-NAP F
napoletana,
di migliorare

Hanno decis
decisive, dan
facebook pe
di Napoli.



NUOK: Nato come
network di creativi
contribuiscono qu
nuti di un vero e p
e cultura.



YouTube

Stiglia Carica video



Coca-Cola Australia Video carichi Profili

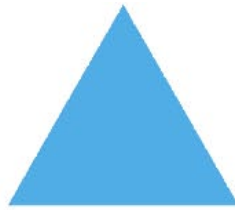


- Share a Coke with Matt
- Share a Coke with Luke
- Share a Coke with Kate

Share a Coke with Matt
Da Coca-Cola Australia
Share a Coke with Matt? Have a crush on Aunt? Want to thank Mother? Or the Nanny? Why not Share a Coke with your dog? The campaign went pretty well, it was the most popular video on YouTube at the time. Share a Coke with your dog? The campaign went pretty well, it was the most popular video on YouTube at the time. Share a Coke with your dog? The campaign went pretty well, it was the most popular video on YouTube at the time.

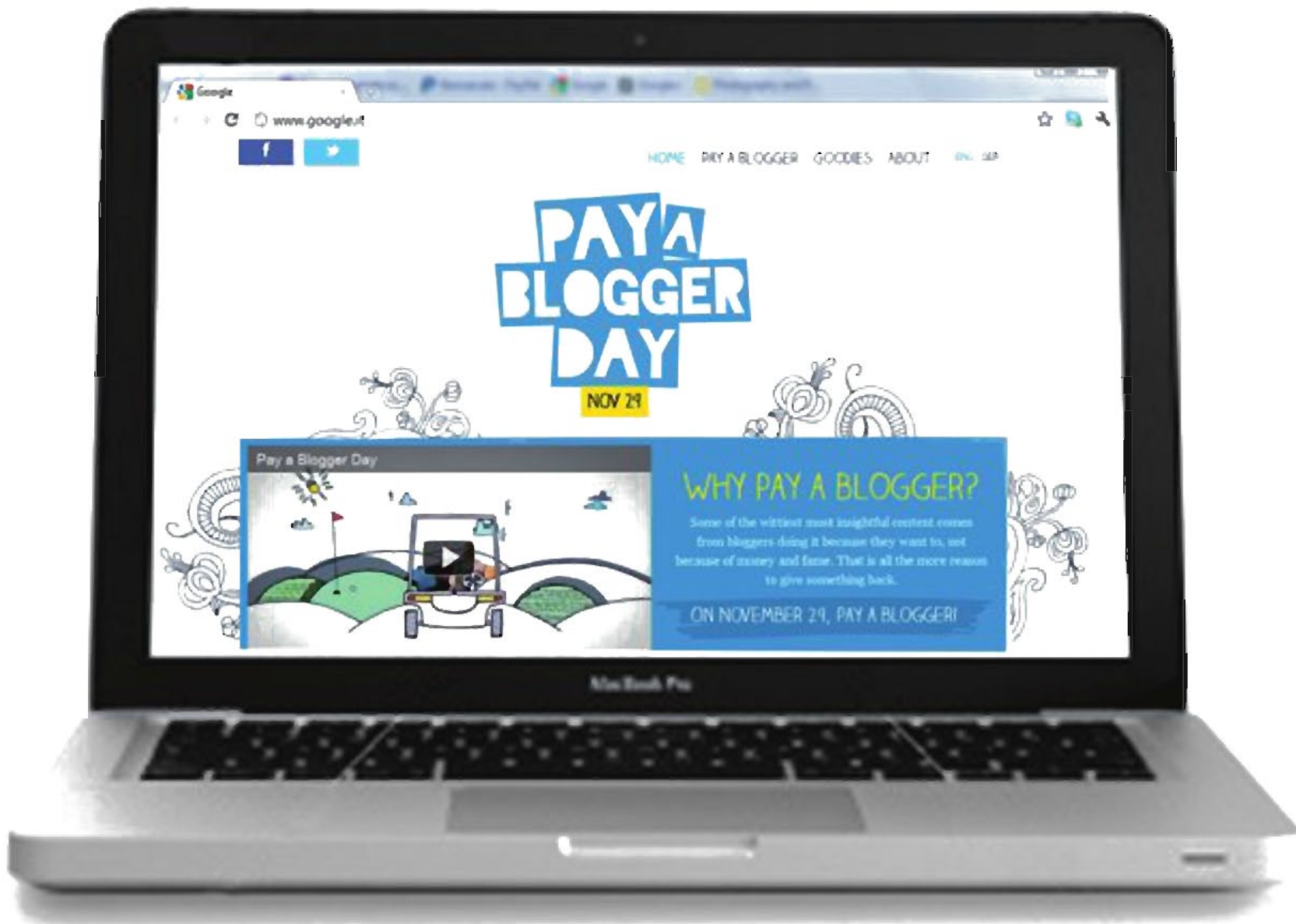
Coca-Cola Australia (83)

Combinazioni: SITO + CANALE YOUTUBE



COCA-COLA :la campagna fa parte del progetto “Share a coke ”e vede presente sulle lattine Coca-cola i nomi di 150 persone che diventeranno protagonisti rubando il posto al logo della famosa bibita.

E
E
S
f



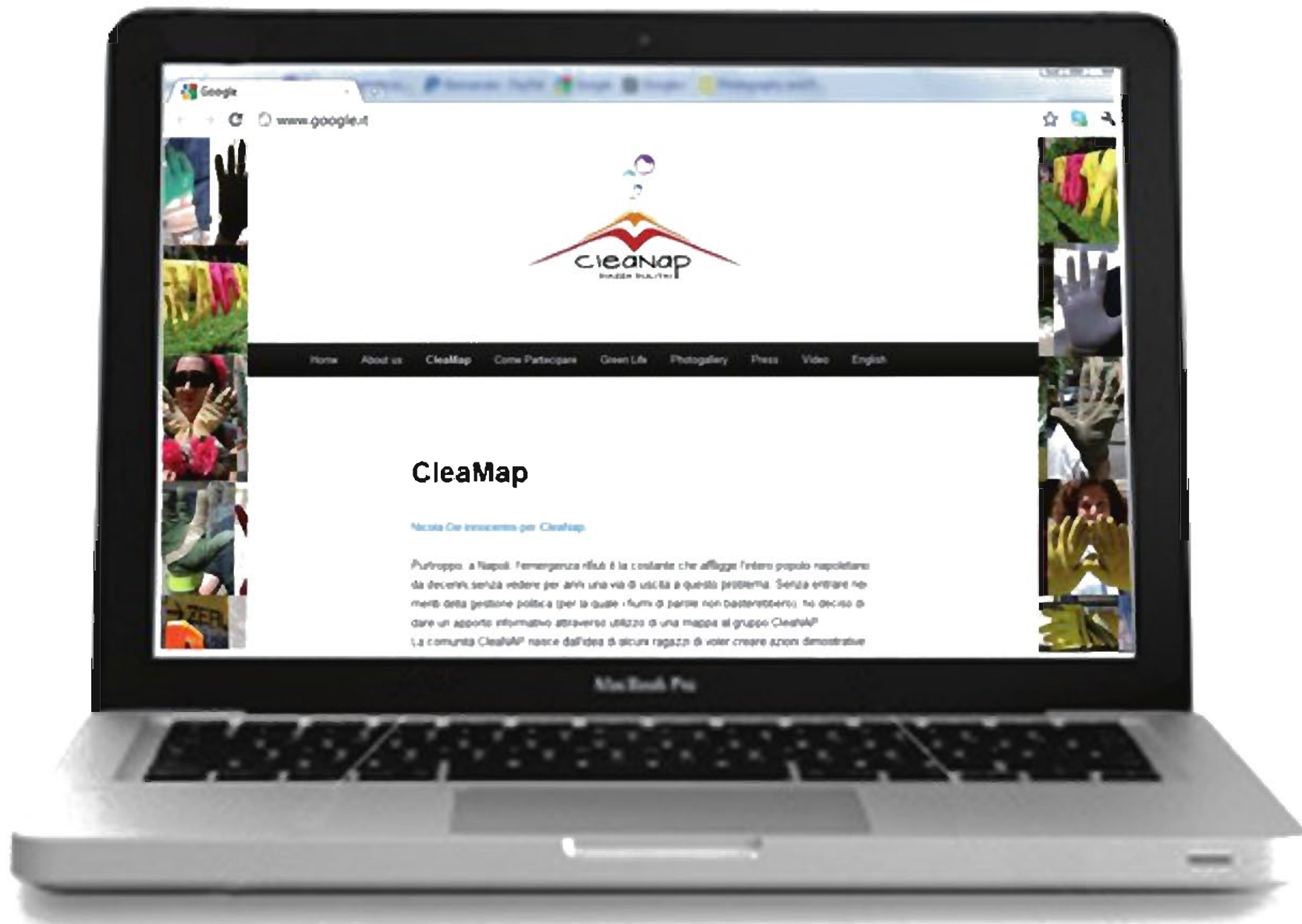
PAY A BLOGGER DAY: iniziativa sociale, una sorta di festa del ringraziamento per tutti i blogger sparsi nel mondo che ogni giorno riempiono la Rete e le nostre giornate, di informazione e intrattenimento, di curiosità e novità.

È un evento che, grazie al sistema Flattr, una piattaforma di social payments, permette di effettuare donazioni on-line a favore dei blogger



Combinazioni:

SITO + PAGINA FB + TWITTER



Google
www.google.it



Home About us CleaMap Come Partecipare Green Life Photogallery Press Video English

CleaMap

[Napoli: CleaMap: un progetto per Cleanap](#)

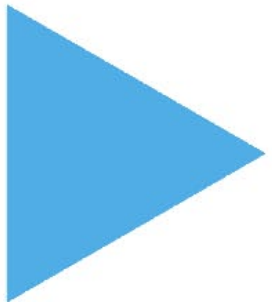
Purtroppo a Napoli l'emergenza rifiuti è la costante che affligge l'intero popolo napoletano da decenni, senza vedere per anni una via di uscita a questo problema. Senza entrare nei meriti della gestione politica (per la quale i fiumi di parole non basterebbero), ho deciso di dare un apporto informativo attraverso utilizzo di una mappa al gruppo Cleanap.
La comunità Cleanap nasce dall'idea di alcuni ragazzi di voler creare azioni dimostrative

r
C
F
C
f
C

CLEA-NAP PIAZZA PULITA: iniziativa sociale napoletana, nata dai giovani che hanno la voglia di migliorare la propria città.

Hanno deciso d' intervenire con azioni decisive, dandosi appuntamento in rete attraverso facebook per ripulire le piazze e il centro storico di Napoli.

a



**Combinazioni:
SITO + PAGINA FB**

60

0

Primi premi premi!

Un premio al tuo primo premio...
Un premio al tuo primo premio...
Un premio al tuo primo premio...



Cerca i rockers!

Un rock...
Un rock...
Un rock...

NUOK AMBAM BASSELO BORLIN CHIOTO ELLEI LANNON MELBURN PIZBURG SANFRANSISCO

AST BERI BULAGNA CASTROV MILAN PERBA PERUA PISTOJAN REANE ROMA TURK VENESSIA ZAKA



Pearl Paint: la perla colorata di Canal Street
Pisci alle prime "ad" i valicani del pensiero? Ecco quello che...



EUROPA

Lannon: Una domenica all'Old Spitalfields Market

Quarantenni per mercato a Lannon sembra essere tutta domenica. Ma c'è gente che...
...ci propone un itinerario (spesso...
...gastro-nomico) tra...

Borlin: Una notte al Berghain

Preziosa, al Berghain è vietato fare foto. Quelle che vedrete in seguito sono state scattate furtivamente con un cellulare oppure...

Lizbona: Belém e ritorno

In ogni città del mondo ci sono posti che è semplicemente impossibile evitare. Ecco, a Lisbona quel posto è Belém, e...

Lannon: Non solo cinema al Prince Charles

Se è venerdì sera e avete deciso di iniziare il vostro serata con una passeggiata nel...
...quartiere di Lannon...



NEW YORK'S
6 best attractions

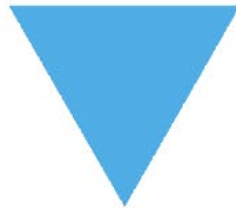
SAVE 51%
on admission tickets

[LEARN MORE](#)



NUOK: Nato come un blog personale si è evoluto in un network di creativi (scrittori, fotografi, illustratori...) che contribuiscono quotidianamente all'aggiornamento dei contenuti di un vero e proprio magazine online di lifestyle, cibo, arte e cultura.

Vincitore del premio Lovie Awards.



**Combinazioni:
SITO + PAGINA FB**

GIOVANI NON + DISPOSTI A TUTTO: iniziativa sociale, che vuole sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della precarietà nel mondo del lavoro per i giovani.

La campagna si è diffusa velocemente:

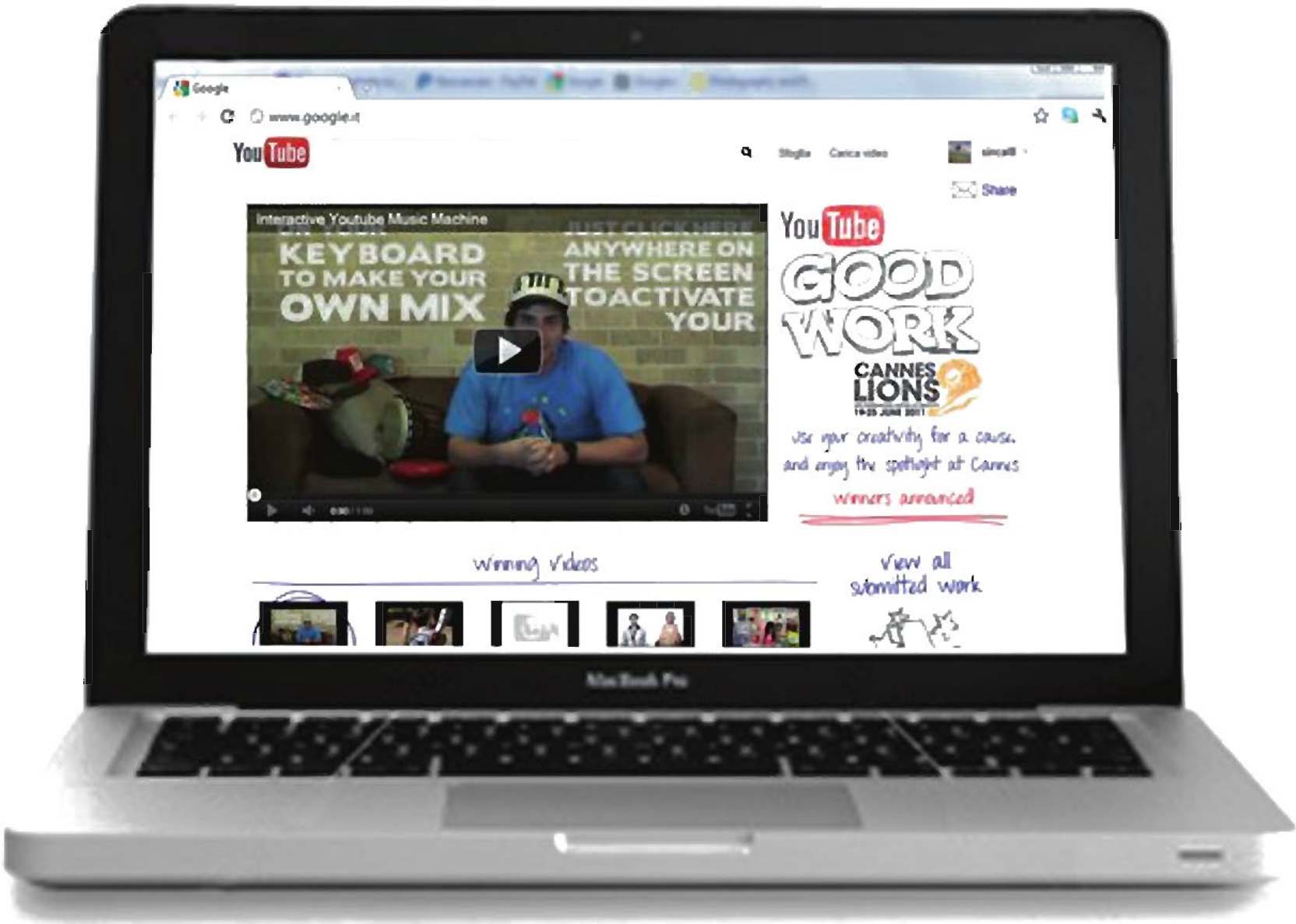
-Online, con il sito, FB, twitter e pubblicazioni di banner su siti di informazione.

-Offline, con affissioni che è stata realizzata nella città di Roma.



Combinazioni:

SITO + PAGINA FB + TWITTER



YouTube

Sign In Create video

Share

Interactive Youtube Music Machine

KEYBOARD TO MAKE YOUR OWN MIX

JUST CLICK HERE ANYWHERE ON THE SCREEN TO ACTIVATE YOUR

0:00 / 1:00

YouTube

GOOD WORK

CANNES LIONS

14-25 JUNE 2011

Use your creativity for a cause, and enjoy the spotlight at Cannes

winners announced

winning videos



view all submitted work



MacBook Pro

GOOD WORK: è un vero e proprio contest, dove ogni video maker concorre con un video – della durata massima di un minuto – che ha come obiettivo quello di sensibilizzare il pubblico del web sulle tematiche che le no profit partecipanti propongono con le loro iniziative.



**Combinazioni:
CANALE YOUTUBE**

MILK+BOOKIES™



- ABOUT
- HOST YOUR OWN
- CALENDAR
- BLOG
- SHOP & DONATE
- CONTACT



JOIN OUR MAILING LIST
Email

Isabella's Cookie Company
proudly presents

MILK+BOOKIES™ official cookie



MILK+BOOKIES™ is a non-profit organization that exposes young children to how great it feels to give back while celebrating the love of a good book.

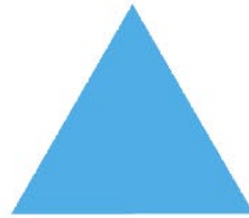


Throw your own MILK+BOOKIES™ event, click to find out how.

Read, Give, Grow!

MacBook Pro

Combinazioni: SITO + CANALE YOUTUBE

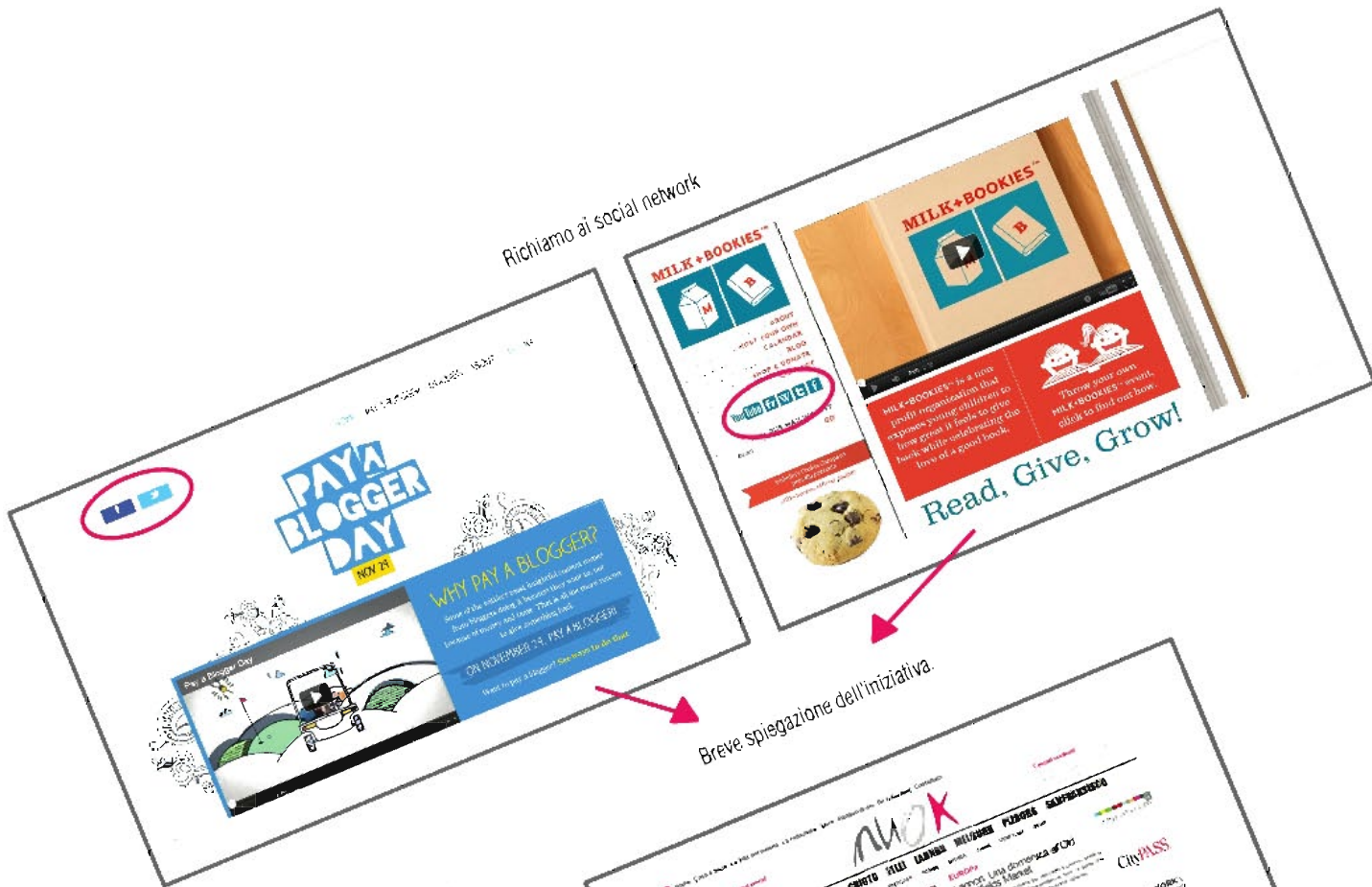


MILK+BOOKIES: iniziativa sociale è un'organizzazione no-profit che spiega come un un bambino può sentirsi bene donando un buon libro a chi non ce l'ha. Promuovendo anche l'amore per la lettura.

PERCORSO

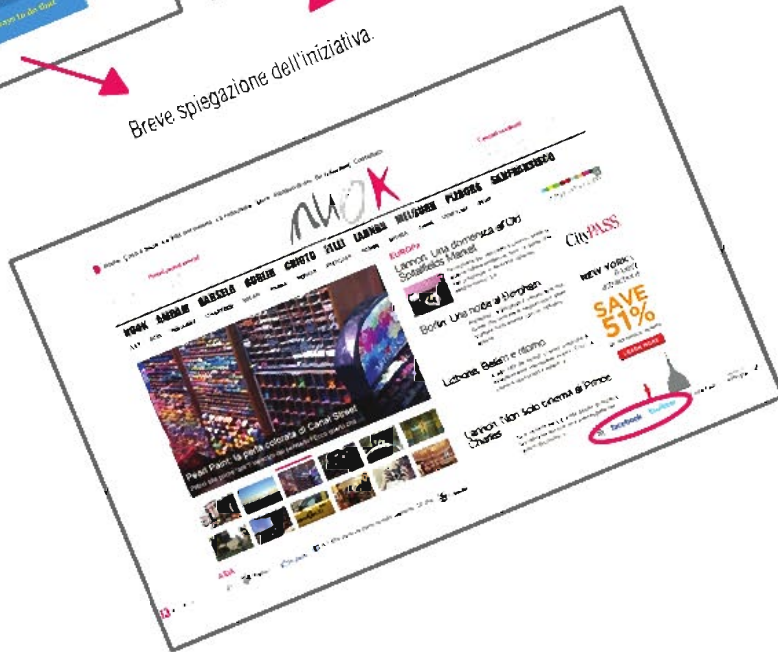
- RICERCA
- CASI STUDIO
- CONSIDERAZIONI
- ELEMENTI DI PARTENZA
- IL PROGETTO SMILE TO ME

Richiamo ai social network



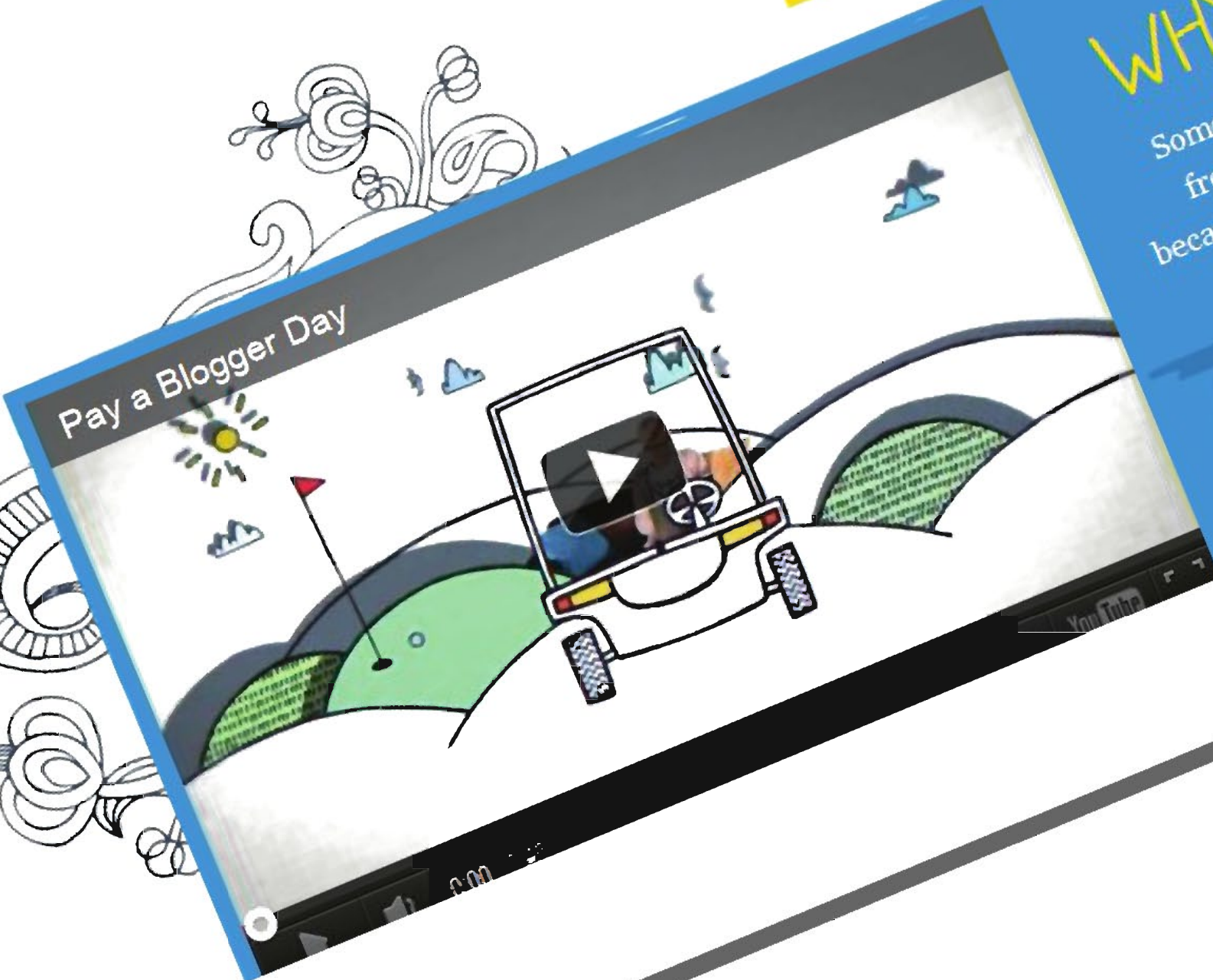
Breve spiegazione dell'iniziativa.

La presenza di un video nell'home



NOV 29

Pay a Blogger Day



WHY PAY

Some of the witties
from bloggers do
because of money

ON NOVEMBER

Want to

MILK+BOOKIES™



YouTube

BOOKIES™ is a non-
organization that
children to



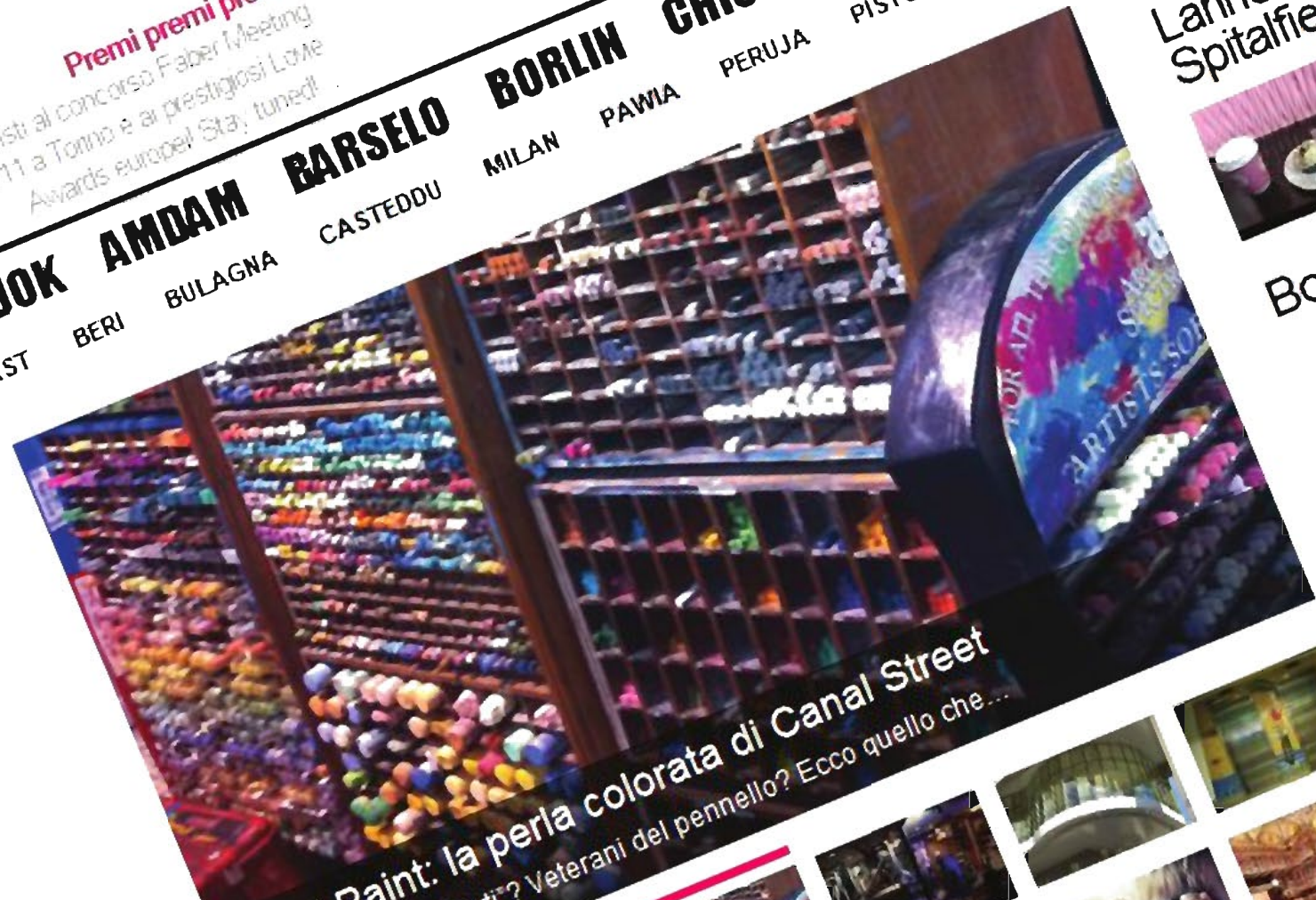
Throw your own
BOOKIES™ event,
out how.

ABOUT
OUR OWN
CALENDAR
BLOG
DONATE
& CONTACT



Premi premi premi!
Siamo finalisti al concorso Faber Meeting
2011 a Torino e ai prestigiosi Lume
Awards europei (Stay tuned!)

NUOK **AMDAM** **BORLINO** **CHIOTO** **ELLEI** **LANNON**
AST BERI BULAGNA CASTEDDU MILAN PAWIA PERUJA PISTOJAH REMNE RROMA TUR...



Pearl Paint: la perla colorata di Canal Street
Pittori alle prime "arti"? Veterani del pennello? Ecco quello che...

EUROPA

**Lannon: Una domenica
Spitalfields Market**



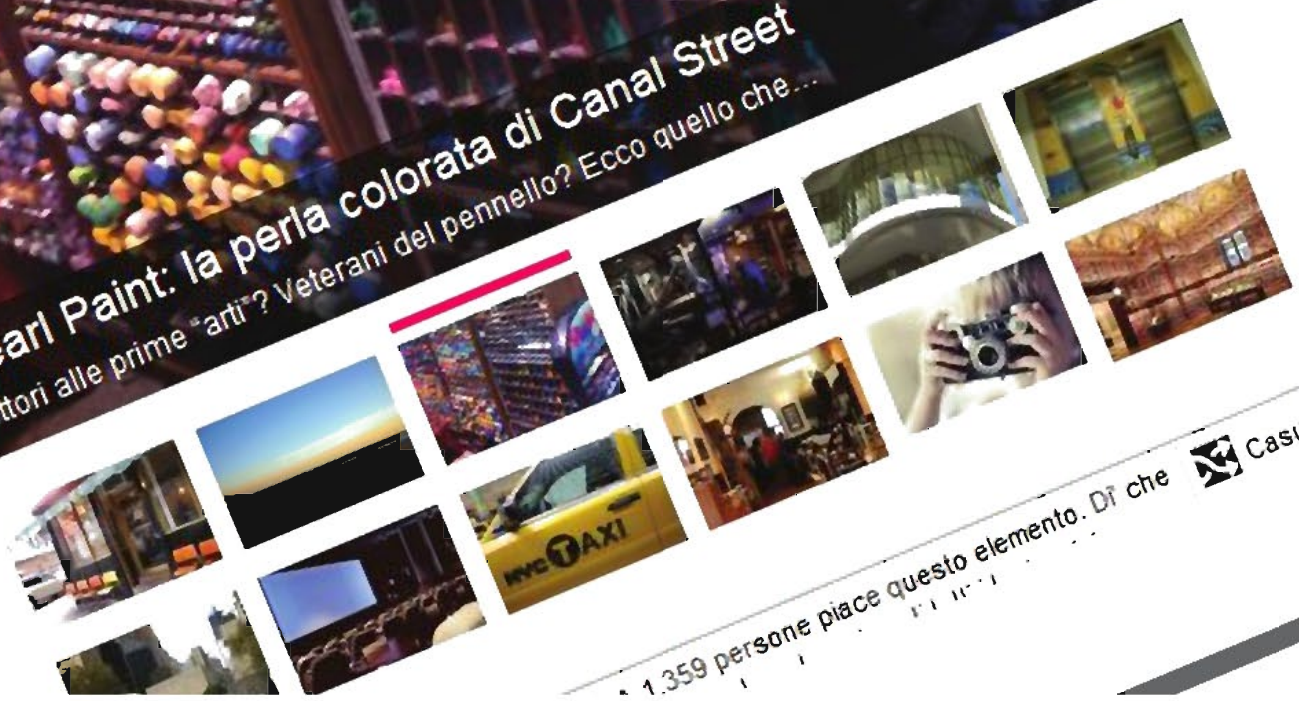
Gironzolare per mercati
essere l'ultima tendenza
non proponga un'offerta
gastronomica) tra

Borlino: Una notte a...

Premessa:
Quelle che
scattate
oppure

Lizbona: Bel...

**Lannon
Charle...**



MILK + BOOKIES™



- ABOUT
- HOST YOUR OWN
- CALENDAR
- BLOG
- SHOP & DONATE
- CONTACT

YouTube **fr** **W** **t** **f**

..... JOIN OUR MAILING LIST

Email

GO

Isabella's Cookie Company
proudly presents

Milk+Bookies official cookie!



MILK+BOOKIES
profit organization
exposes your
how great it is
back while celebrating
love of a good

0:00 /

edizione Store Parlano di noi Be a Nuoker! Contattaci



VIA CHIOTO ELLEI IANNON MELBURN PIZBURG
PERUJA PISTOJAH REMNE RROMA TURIN VEMESSIA ZENA

Cercasi nuokers!
Cerchiamo nuovi nuokers da alcune città italiane per maggiori informazioni scrivici a fovech@nuoker.it



Lannon: Una domenica all'Old Spitalfields Market



Grinzolare per mercatini a Lannon sembra essere l'ultima tendenza. Non c'è guida che non proponga un itinerario (spesso gastronomico) tra...

Borlin: Una notte al Berghain

Premessa: al Berghain è vietato fare foto. Quelle che vedrete in seguito sono state scattate furtivamente con un cellulare oppure...

Lizbona: Belém e ritorno

In ogni città del mondo ci sono posti che è semplicemente impossibile evitare. Ecco, a Lizbona quel posto è Belém, e...

Lannon: Non solo cinema al Prince Charles

Se è venerdì sera e avete deciso di iniziare la vostra serata con una passeggiata nel centro di Londra, vi...



CityPASS

NEW YORK'S
6 best attractions

SAVE 57%
on admission tickets

LEARN MORE



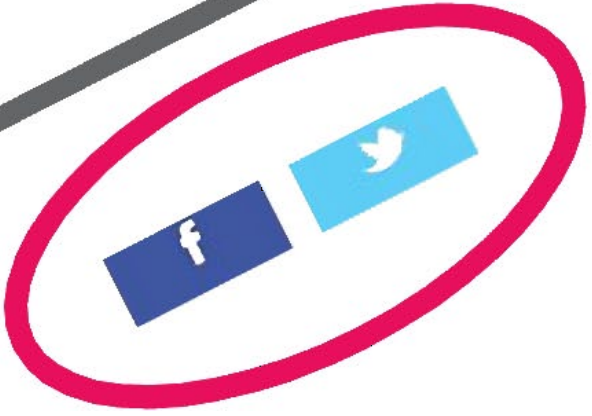
facebook twitter

Join Chat

POWERED BY wibiya



HOME PAY A BLOGGER GOODIE



PAYA BLOGGER DAY

NOV 29



- CASI STUDIO
- CONSIDERAZIONI
- ELEMENTI DI PARTENZA
- IL PROGETTO SMILE TO ME

CONSIDERAZIONI

Visto tutto ciò che riguarda il **social media marketing**:

- SITO: usabilità e grafica
- SEO: posizionamento del sito nei motori di ricerca
- SEM: campagne di keyword advertising AdWords e AdSense
- Social network (Facebook e Youtube)

CONSIDERAZIONI

Visto il tema analizzato:

- NON pubblicizzo un PRODOTTO
- NON pubblicizzo un AZIENDA
- Si tratta di promuovere un CONCETTO di carattere SOCIALE

Visti i casi studio analizzati:

- usabilità sito
- grafica sito
- organizzazione dell'iniziativa
- combinazione delle piattaforme utilizzate

- CASI STUDIO
- CONSIDERAZIONI
- ELEMENTI DI PARTENZA
- IL PROGETTO SMILE TO ME

ELEMENTI DI PARTENZA

- CAMPAGNA ON LINE E OFFLINE
- PERIODO DI PROMOZIONE PRIMA DEL LANCIO DELL'INIZIATIVA
- PARTECIPAZIONE ATTIVA DEL PUBBLICO

- CASI STUDIO
- CONSIDERAZIONI
- ELEMENTI DI PARTENZA
- IL PROGETTO SMILE TO ME

Il progetto Smile To Me