



...E LA TUA AZIENDA,
CON CHE CURRICULUM
SI PRESENTA?



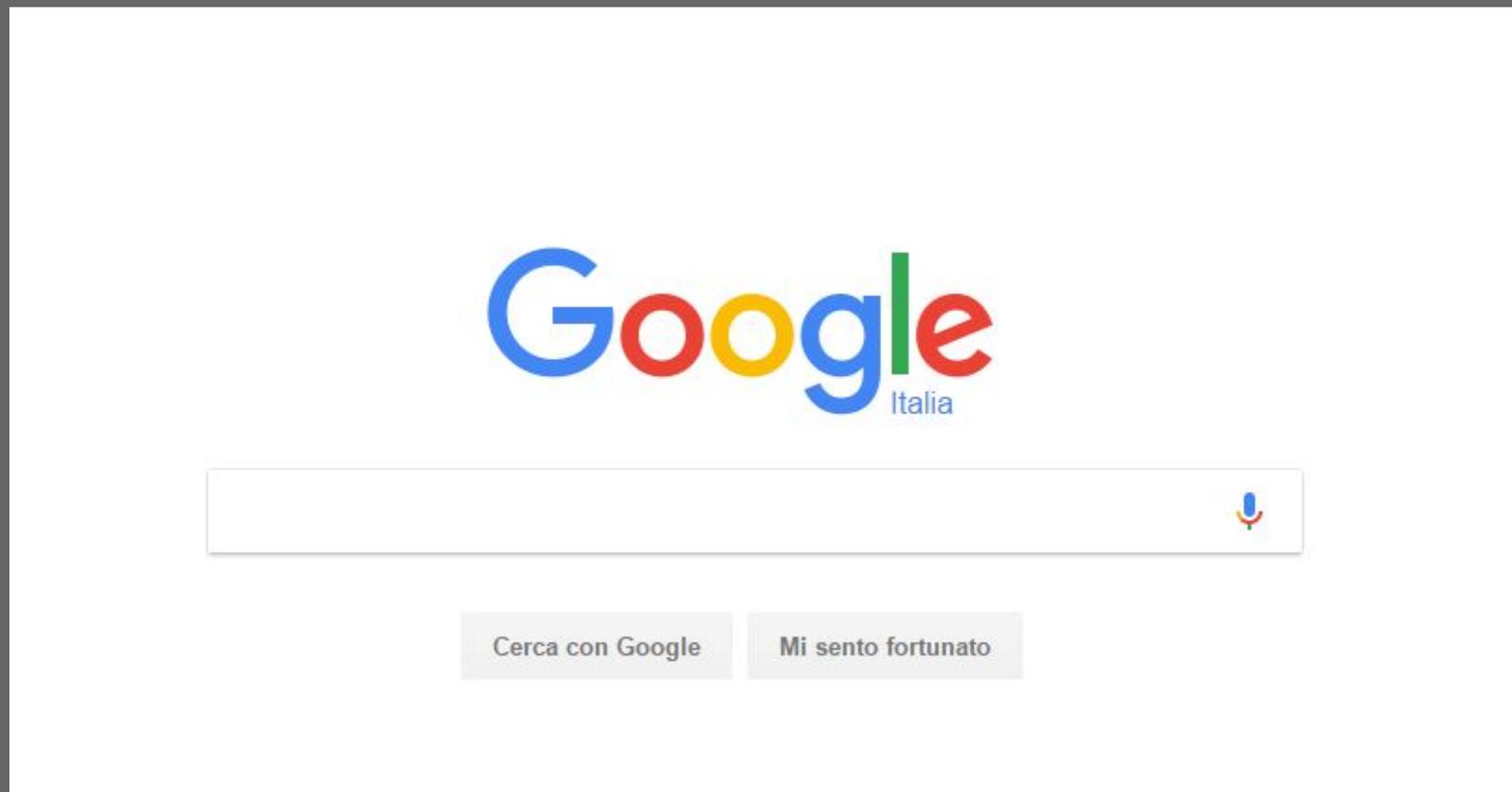
L'identità digitale

- Quando postate o condividete informazioni e contenuti online, di qualsiasi genere, attraverso qualsiasi tipologia di media e a qualsiasi scopo, voi state offrendo precisi indizi circa chi siete e cosa fate.
- A questi occorre poi aggiungere le informazioni che altri pubblicano su di voi, con o senza il vostro consenso.
- Chiunque cerchi notizie su di voi raccoglierà questi indizi e comincerà a farsi un'idea di come siete.



L'identità digitale

TUTTO PARTE DA QUI





L'identità digitale

- “Googlatevi” e utilizzate una check list per fare un primo assessment della vostra identità.
- Cercate di identificare le aree in cui dovete intervenire.



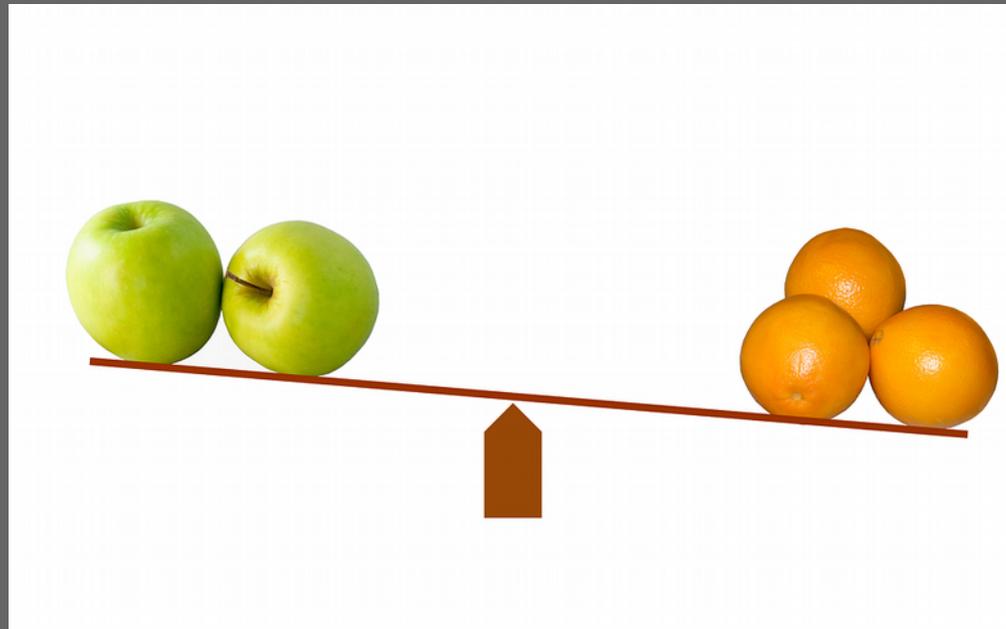
L'identità digitale

- Le informazioni che avete recuperato, in generale erano corrette?
- Le informazioni sono state rese disponibili direttamente da voi o lo ha fatto qualcun altro?
- Ciò che avete trovato permette realmente di farsi un'idea abbastanza completa circa chi siete e cosa fate, o sono solo informazioni sparse, che non danno un quadro generale?
- Quali di queste informazioni provengono dai vostri profili social ufficiali, Facebook, Twitter, Instagram, etc. ?
- (...)



L'identità digitale

Fate la stessa operazione sui vostri principali concorrenti e confrontate oggettivamente i risultati, sia in termini quantitativi che qualitativi.





L'identità digitale

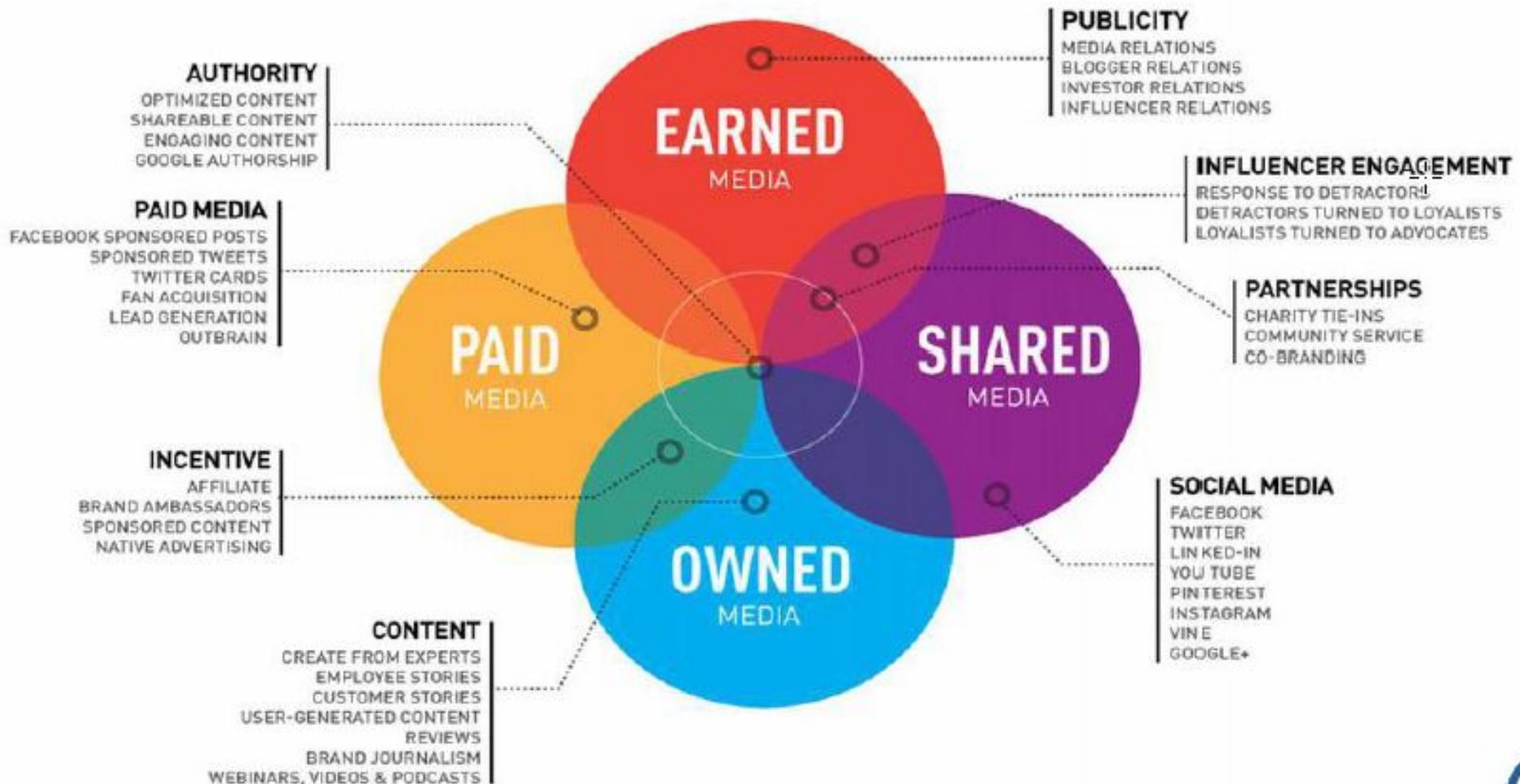
- Se la vostra identità digitale necessita di interventi, come disegno la mappa delle azioni da intraprendere ?
- Occorre valutare il posizionamento in riferimento alle diverse categorie dei media e identificare gli strumenti di intervento.



L'identità digitale



PESO (PAID EARNED SHARED OWNED)





L'identità digitale

OWNED MEDIA

- Sono i media direttamente posseduti e gestiti da voi: sito, blog, account Twitter, pagina Facebook.
- Qui i contenuti sono totalmente sotto il vostro controllo.
- Potete pianificare cosa, perché, quando e come pubblicare i vostri contenuti.



L'identità digitale

PAID MEDIA

- Qui si tratta di advertising (social e non) in senso stretto e di spazi di visibilità acquistati sulle testate, atti a sviluppare notorietà positiva e talvolta a generare direttamente vendite, o per altri obiettivi specifici.



L'identità digitale

SHARED MEDIA

- Sono le condivisioni spontanee dei vostri contenuti, tipicamente attraverso un link, spesso sui social, ma anche con un messaggio personale o una email.
- Queste condivisioni sono talvolta rintracciabili e misurabili – se sul web – talvolta no, ma è comunque evidente il loro significato, in quanto forti indicatori del valore percepito dei contenuti da parte dei pubblici interessati.



L'identità digitale

EARNED MEDIA

- Sono i media che riprendono e ridistribuiscono spontaneamente i vostri contenuti sulla base del loro valore percepito.
- Ad esempio: un comunicato stampa che viene ripreso dal sito di una testata perché il suo contenuto è stato valutato dalla redazione interessante e rilevante per i lettori.

L'identità digitale

Per saperne di più su cosa, come e quanto fare per la tua identità digitale.

Scrivete a :

Giovanna@quorum-pr.com

Italo@quorum-pr.com

Enrico@quorum-pr.com

oppure

info@quorum-pr.com

L'identità digitale

GRAZIE

