

# DISTINGUERSI DAI COMPETITOR

Roberta Mirigliano

Classe '82

20 anni in **comunicazione**, tra aziende, agenzie e insegnamento.

- ATL/BTL
- brand identity
- packaging
- PR & eventi
- digital
- social media
- **Yellow** BRIGHT STORIES



**I nostri potenziali consumatori o clienti,  
sanno perchè dovrebbero scegliere te?**

**Devi comunicarglielo  
in maniera corretta.**

**Per fare comunicazione oggi,  
è necessario conoscere le basi  
della comunicazione di ieri.**

# L'ADV IERI

PRINCIPI DI BASE SU CUI DEVE  
APPOGGIARSI IL MONDO DELLA  
COMUNICAZIONE (MARKETING  
MIX)

# L'ADV OGGI

NUOVI STRUMENTI E CANALI  
DI CUI APPROFITTARE PER  
FARE STORYTELLING A  
LUNGO TERMINE

# L'ADV IERI

## IN PREVALENZA

- Campagne OOH
- Spot pubblicitari in TV
- Grandi eventi
- **Strategie di comunicazione a lungo termine, per risultare memorabili**

# L'ADV OGGI

## IN PREVALENZA

- Campagne digitali
- Banner
- Video brevi
- UGC
- **Strategie di comunicazione basate sui trend, per cogliere l'attimo e mettersi in risalto.**

# CONSUMATORE

- Frastornato da troppi messaggi
- I brand fanno parte della sua quotidianità.
- L'ADV potrebbe farla lui
- I suoi trend durano il tempo di 2-3 scroll

# NUOVI CANALI

- Per le imprese: hanno costi bassissimi di pianificazione media
- Per il consumatore: sono accessibili sempre e con molta facilità

# INDIVIDUARE LA PROPRIA USP E SPIEGARLA FACILE

- **COSA** ti distingue davvero dai tuoi competitor?
- **COME** fai a spiegarlo in modo che sia comprensibile anche per i non tecnici?



# E SE NON HAI UN VANTAGGIO COMPETITIVO?

- Scegli un **TONO DI VOCE** **DIFFERENZIANTE**
- Condividi i **VALORI** aziendali attraendo la tua nicchia



# PUOI AVERE UN PAYOFF

**mediolanum** BANCA  
costruita intorno a te

**NOKIA**  
Connecting People

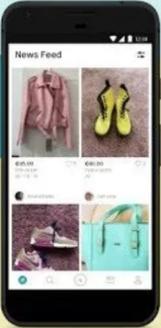


Think **Different.**

# E/O UN CLAIM DI CAMPAGNA

*Vinted*

Don't wear it?  
Sell it!



**CRODINO**  
BIONDO APERITIVO  
ZERO IMPEGNATIVO



**L'importante è che siano efficaci,  
coraggiosi e usati (bene)**

# STRUMENTI MOLTO EFFICACI

## VIDEO ENTERTAINMENT

- Cancella la percezione di guardare una pubblicità
- **Eleva il posizionamento aziendale, attraverso il racconto di un mondo valoriale**
- Da il via ad uno storytelling fondato su un concept chiaro ed efficace.

## LINGUAGGIO IRONICO

- Alleggerisce il tono, rendendo il messaggio comprensibile (come vuole l'ADV di oggi).
- Se usata bene, è utile in tutti i casi.
- **Appartiene ai brand coraggiosi.**
- Aiuta la creatività



Consumatori che affermano che i brand potrebbero fare di più per rendere felici i clienti



Consumatori che sceglierebbero un marchio che usa l'umorismo rispetto ai competitor

*Fonte: The Happiness Report - Oracle Advertising and Customer Experience*

IS HAPPY TO HELP.

\*Excluding assembly fee

IKEA Deutschland GmbH & Co. KG, Am Westerntor 2-4, 65719 Hattersheim, H01404

© Inter IKEA Systems B.V. 2015

OUR ASSEMBLY SERVICE



BRUSALI bed frame  
with 4 storage boxes  
White; without slatted  
bed base and mattress  
**199.-\***

100

Questo è per te che non hai  
le **ferie** ad agosto.



Ti siamo vicini.

**WEROAD**

# CANALI MISURABILI

## SOCIAL

- distingui i target per canale e parla come loro
- aumenta la frequenza con cui comunichi, mandando lo **stesso messaggio in modi diversi**



## EVENTI

- fai vivere emozioni vere
- rendi l'evento memorabile attraverso l'attenzione ai dettagli: ospiti, gadget, musiche, personalizzazioni..
- attua uno storytelling nel tempo (post evento)

**Del tuo target, fanno parte anche i tuoi  
dipendenti/colleghi.**

**Fai di loro gli AMBASSADOR del tuo brand**

# COMUNICAZIONE INTERNA

- Instaura un **canale informativo preferenziale**
- Informa i tuoi colleghi/dipendenti, **emozionando**
- Fai in modo che ognuno di loro contribuisca a diffondere la **giusta percezione** del tuo brand (messaggio, valori, tono di voce...) all'esterno
- Fai spesso attività di **team building**
- Il lavoro **in presenza**, seppur non quotidiano, è fondamentale.

# GRAZIE!

TI ASPETTO PER CONSULENZE PERSONALIZZATE!  
Scrivimi a [roberta@yellowstories.it](mailto:roberta@yellowstories.it)