

EXPORT 4.0

I Social Media per i mercati esteri

Efficaci strategie social, in grado di tradurre le relazioni digitali in reali opportunità di business



L'Europa alla portata della vostra impresa.



Gabriele Carboni, Weevo S.r.l.

Weevo, agenzia di marketing e comunicazione specializzata nel web marketing per i mercati esteri

- *Export Digitale B2B*
- *Siti web in Drupal*
- *Contenuti*



exporthdigitale.weevo.it



Philip Kotler



«Sia le piccole medie imprese che le grandi aziende dovrebbero sfruttare i vantaggi del web marketing, e dovrebbero leggere questo libro per comprendere il potenziale dell'export digitale»



I Social Media per i mercati esteri

▷ Il Visual Communication Planner

- Casi di studio
- I Social Media più utilizzati
- Trucchi e consigli

www.visualcommunicationplanner.it

Visual Communication Planner

**Lo strumento per definire il proprio piano di
comunicazione**

La strategia è il punto di partenza

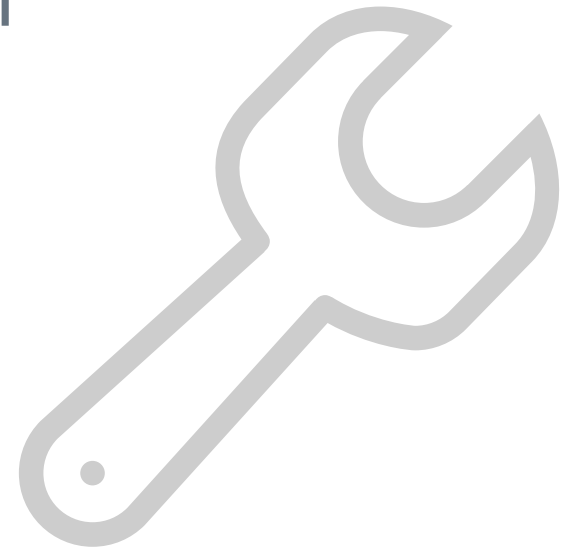
www.visualcommunicationplanner.it

- ▷ **MERCATI TARGET**
- ▷ **POSIZIONAMENTO**
- ▷ **OBIETTIVI**
- ▷ **BUDGET**
- ▷ **CANALI E AZIONI**
- ▷ **CONTENUTI**
- ▷ **METRICHE**
- ▷ **TIMELINE DELLE ATTIVITÀ**



COME SI USA

L'utilizzo del Visual Communication Planner è molto semplice: è sufficiente rispondere alle domande proposte per compilare i diversi elementi dello schema.



VISUAL COMMUNICATION PLANNER

azienda

Caffè Hardy

data

2013->

progetto

Export Digitale

descrizione

Predisporre e attivare un piano strategico di comunicazione verso i mercati esteri di interesse, con l'obiettivo di generare contatti spontanei da parte dei player dei settori nei quali l'azienda opera

TARGET

B2B:

- importatori, distributori, rivenditori:
- Paesi anglofoni
- Polonia
- Slovacchia

POSIZIONAMENTO

Hardy, il caffè di Milano

OBIETTIVI

Contatti da importatori, distributori, rivenditori

BUDGET

- Budget dedicato a ogni Paese
- web advertising:
 - LinkedIn 10,00€/giorno
 - Facebook 5,00€/giorno
 - Google AdWords 10,00€/giorno

CANALI E AZIONI

- Durata delle attività: 12 mesi
- Sito web italiano/inglese con contenuti localizzati: *caffehardy.com*
- Siti web single-page localizzati:
 - Polonia: *caffehardy.com/pl*
 - Slovacchia: *caffehardy.com/sk*
- Pagina globale su Facebook: *www.facebook.com/CaffeHardyEMEA/*
- Account localizzati su Twitter:
 - Italia: *twitter.com/caffehardy*
 - Paesi anglofoni: *twitter.com/caffehardyEMEA*
 - Polonia: *twitter.com/caffehardyPL*
 - Slovacchia: *twitter.com/caffehardySK*
- Pagina LinkedIn multilingue

CONTENUTI

- Paesi anglofoni: *All it takes to be in Milano* (tutto ciò che serve per sentirsi a Milano - è bere un caffè Hardy)
- Polonia: *Kawa prosto z Mediolanu* (il caffè che arriva direttamente da Milano)
- Slovacchia: *Prenešie vás do Milána* (verrete trasportati a Milano - dal caffè)
- Utilizzo di copywriter madrelingua:
 - campagna istituzionale
 - campagna storytelling
 - content curation

METRICHE

- 3- *Metrica di canale: numero di accessi al sito web da ogni canale*
- 2- *Metrica di business: numero di form compilati*
- 1- *Obiettivo di business: nuovi clienti acquisiti*

TIMELINE ATTIVITÀ



Mercati target

- A chi voglio rivolgere il mio prodotto o servizio nel Paese selezionato?
- A chi si rivolgono i miei competitor?

▪ Hardy, torrefazione di caffè

- Italia: bar, rivenditori
- Paesi anglofoni, Polonia, Slovacchia: importatori, distributori, rivenditori

▪ Caprari, pompe idrauliche

- Italia: rivenditori, aziende
- Paesi anglofoni, Germania, Australia, UK, Cina: importatori, distributori

Posizionamento

- Come voglio che il mio brand/prodotto sia percepito nel Paese scelto?
- Questo si ripercuote sulla scelta del nome?
- Come si posizionano i competitor su questo stesso mercato?
- In cosa il mio brand/prodotto si differenzia dai competitor?
- Hardy, torrefazione di caffè
- Il caffè di Milano
- Caprari, pompe idrauliche
- Eccellenza, qualità, ampia gamma

Metriche

Le metriche non vanno confuse con gli obiettivi:

- portare più visite al sito web/e-commerce/blog, attraverso specifiche fonti;
- aumentare il numero di follower o “mi piace” sui Social Media, rispetto ad un target specifico;
- ottenere condivisioni dei propri post sui Social Media;
- ottenere clic su annunci pubblicitari o aumentare il CTR (rapporto tra clic e impressioni) - es. Google AdWords;
- ottenere aperture o click sulle newsletter.

Obiettivi

- Qual è l'obiettivo della strategia di comunicazione web sul Paese target?
- ricerca di distributori o rivenditori;
- ricerca di partnership commerciali;
- incremento delle vendite e-commerce;
- espansione del database dei contatti;
- etc.

- Hardy, torrefazione di caffè
- Ottenere contatti spontanei nel target

- Caprari, pompe idrauliche
- Ottenere contatti spontanei nel target

Metriche

- Quali sono le metriche di canale da prendere in considerazione, in base all'obiettivo prefissato?
- Con che frequenza analizzare il traffico?
- Quali strumenti si intende utilizzare per analizzare i risultati?
- Chi si occuperà di analizzare i risultati?
- Cosa fare se gli obiettivi non vengono raggiunti?

**METRICHE DI
CANALE**

**METRICHE DI
BUSINESS**

**OBIETTIVI DI
BUSINESS**



**TOFU: TRAFFICO VERSO IL SITO WEB
DA AZIONI SPECIFICHE**

MOFU: NUMERO DI FORM COMPILATI

BOFU: CONTATTI PRONTI ALL'ACQUISTO



Budget

- Quali e quanti sono i segmenti di target selezionati?
- Qual è la lingua in cui si intende comunicare?
- Che tipo di contenuti è necessario produrre?
- Quanti e quali canali si intende utilizzare?
- Che tipo di attività verranno svolte?
- Quale sarà il budget giornaliero per le attività di advertising?
- Per quanto tempo durano le singole attività?
- Quali sono le risorse interne o esterne coinvolte?
- Chi si occupa della gestione dei canali?
- **Chi gestirà i contatti ottenuti?**



Canali e azioni

- Hardy, torrefazione di caffè
 - Sito web corporate italiano e inglese
 - Sito web single-page dedicato a ogni mercato
 - Global Page di Facebook
 - Pagina aziendale di LinkedIn
 - Un account Twitter per ogni Paese
 - Social Advertising su Facebook e LinkedIn

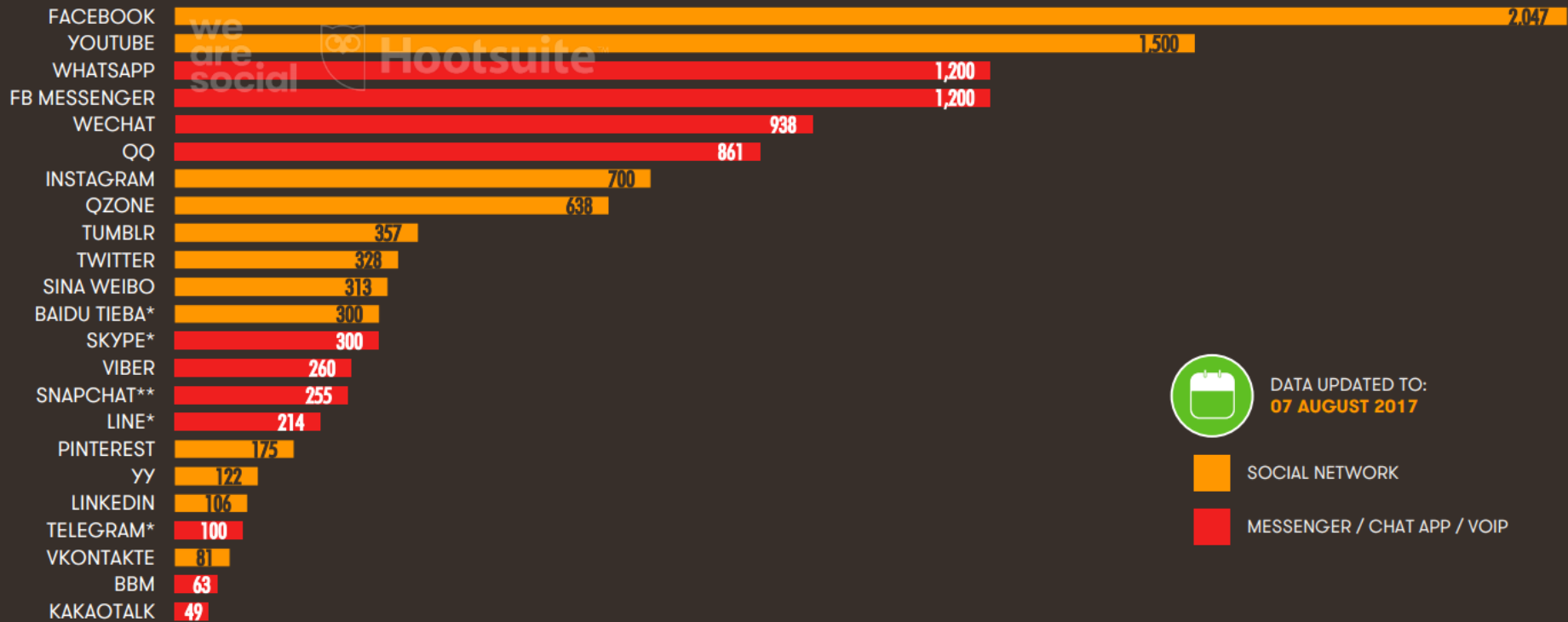
- Caprari, pompe idrauliche
 - Rivisitazione dei testi SEO del sito web corporate italiano e inglese
 - Sito web single-page per il mercato russo (in corso)
 - Landing page dedicata a ogni filiale (in corso)
 - Pagina aziendale LinkedIn multi-regionale
 - Campagne Google AdWords e LinkedIn Advertising localizzate

Le piattaforme social

AUG
2017

ACTIVE USERS OF KEY GLOBAL SOCIAL PLATFORMS

BASED ON THE MOST RECENTLY PUBLISHED MONTHLY ACTIVE USER ACCOUNTS FOR EACH PLATFORM, IN MILLIONS



DATA UPDATED TO:
07 AUGUST 2017



SOCIAL NETWORK



MESSENGER / CHAT APP / VOIP

Social Media più utilizzati per Paese

Polonia:

- Youtube: 64%
- Facebook: 62%
- Google+: 33%
- Twitter: 24%
- Instagram: 24%

Slovacchia:

- Facebook: 77%
- Pinterest: 11%
- Tumblr: 6%
- Twitter: 3%
- Instagram: 1,5%

Emirati:

- YouTube: 93%
- Facebook: 92%
- Instagram: 62%
- LinkedIn: 60%
- Twitter: 56%
- Google+: 49%
- Pinterest: 37%

Germania:

- YouTube: 69%
- Facebook: 61%
- Instagram: 21%
- Google+: 20%
- Twitter: 19%
- Pinterest: 16%
- LinkedIn: 10%

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-western-europe>

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-eastern-europe>

<https://adcombo-blog.com/internet-usage-in-slovakia/>

<https://www.statista.com/statistics/602354/slovakia-distribution-of-social-media-usage-to-share-content-by-frequency/>

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-western-asia>



Linkedin, Hardy

- Apertura e profilazione della pagina aziendale multilingua;
- stesura dei post localizzati e diffusione nei giorni lavorativi (massimo 3 a settimana);
- sponsorizzazione dei post organici (1 al mese);
- gestione dell'engagement previa autorizzazione;
- analisi trimestrale delle attività;

Cosa può/dovrebbe fare l'azienda in autonomia:

- apertura profili dei vertici aziendali e delle principali funzioni manageriali (in particolare chi si occupa dell'estero, export manager p.e.) e loro collegamento al profilo corporate;
- condivisione dei post della pagina ufficiale;
- iscrizione e partecipazione a gruppi;
- ricerca e selezione di contatti che rispondono ai requisiti di distributore/rivenditore tramite "inmail" (servizio a pagamento di LinkedIn).



Linkedin, Caprari

- Apertura e profilazione della pagina aziendale multilingua;
- stesura dei post localizzati e diffusione nei giorni lavorativi:
 - corporate: 2 a settimana in italiano
 - corporate: 1 a settimana in inglese generico
 - filiale Australia: 2 al mese in inglese AUS (a breve), targettizzati per il Paese
 - filiale UK: 2 al mese in inglese UK (a breve), targettizzati per il Paese
- sponsorizzazione dei post: 1 al mese/campagna (10,00 euro/giorno/Paese);
- gestione dell'engagement previa autorizzazione;
- analisi trimestrale delle attività;
- stesura di una guida social aziendale;
- formazione per la direzione;
- formazione per la forza vendite;
- produzione di e-book/whitepaper su progetti specifici (in futuro).



Twitter, Hardy

- Creazione di un account ad hoc per ogni mercato;
- analisi degli hashtag tramite strumento dedicato (Glouk);
- produzione di tweet localizzati (almeno 40 tweet per campagna);
- diffusione ridondante;
- ricerca di account da re-twittare;
- following di account nel target;
- engagement previa autorizzazione;
- analisi trimestrale delle attività.



Facebook, Hardy

- Creazione di una pagina dedicata a ogni mercato;
- creazione di messaggistica ad hoc per il canale, localizzata per ogni Paese (massimo 3 post a settimana);
- diffusione durante i giorni lavorativi;
- campagna di advertising (sponsor dei post organici: 5,00 euro/giorno/Paese);
- gestione dell'engagement previa autorizzazione;
- analisi trimestrale delle attività.



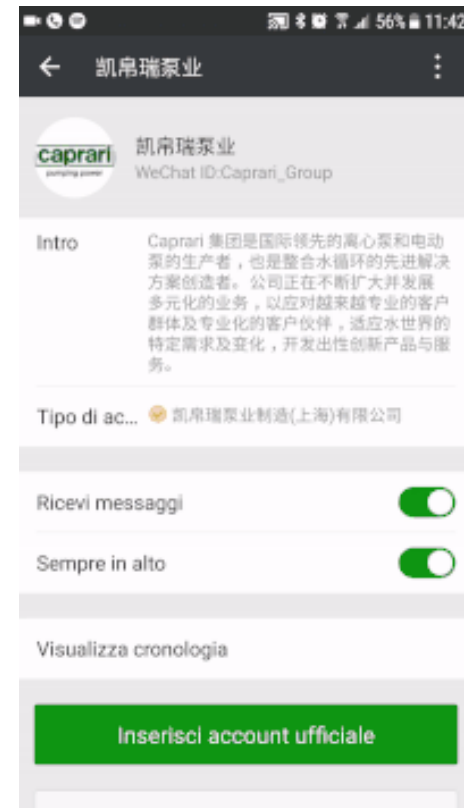
Facebook, Hardy

▪ Le Pagine Globali di Facebook sono una struttura che consente ai marchi e alle aziende di fornire le versioni localizzate dei loro contenuti per i clienti di tutto il mondo. Grazie alle Pagine globali, puoi mantenere un nome del marchio universale, un numero di fan totale, un URL personalizzato e dati di Insights globali per tutta la tua base di fan.

1. Stabilire la pagina principale (es. Caffè Hardy Italia)
2. Stabilire una nomenclatura uniforme per le pagine:
 - Caffè Hardy EMEA
 - Caffè Hardy Italia
 - Caffè Hardy Polska
 - Caffè Hardy Slovakia
 - Caffè Hardy Россия
3. Contattare il supporto Facebook.

WeChat, Caprari

- Apertura di un account ufficiale (service)
- è limitato a 4 update al mese
- si hanno 48h per rispondere a un messaggio (in cinese)
- ha un costo di 120 USD/anno
- servono 2/3 mesi per l'attivazione
- la visibilità è limitata ad alcuni Paesi
- creazione di un mini-sito interno a WeChat
- produzione e diffusione di 4 post/mese tramite copy madrelingua cinese



Contenuti: la localizzazione



Contenuti

- Quali contenuti si intende comunicare?
 - Esiste un piano editoriale?
 - Quale tono si vuole dare alla comunicazione?
 - Chi si occupa di tradurre / localizzare i contenuti?
 - Quale linea grafica si intende seguire?
 - Che tipo di contenuti sono disponibili?
- Hardy, torrefazione di caffè
 - EN: All it takes to be in Milano
 - DE: Der Espresso Mailands: du wirst ihn nie vergessen...
 - RU: Настоящий итальянский кофе-эспрессо
 - PL: Kawa prosto z Mediolanu
 - SK: Prenesie vás do Milána
 - Servizio fotografico dedicato
 - Copywriter madrelingua

Contenuti

- Hardy, torrefazione di caffè
- **Campagna istituzionale:**
 - chi siamo
 - cosa facciamo
 - a chi lo vendiamo
 - perché scegliere noi
- **Campagna storytelling:**
 - All it takes to be in Milano
 - Third wave coffee
- **Content curation**
- Caprari, pompe idrauliche
- **Campagna istituzionale:**
 - storia
 - vision
 - mission
- **Campagna storytelling:**
 - Caprari per me è...
 - l'acqua è un bene prezioso
- **Campagna commerciale:**
 - lancio nuovi prodotti
 - progetti
 - certificazioni
 - soluzioni e tecnologie

Contenuti, Hardy

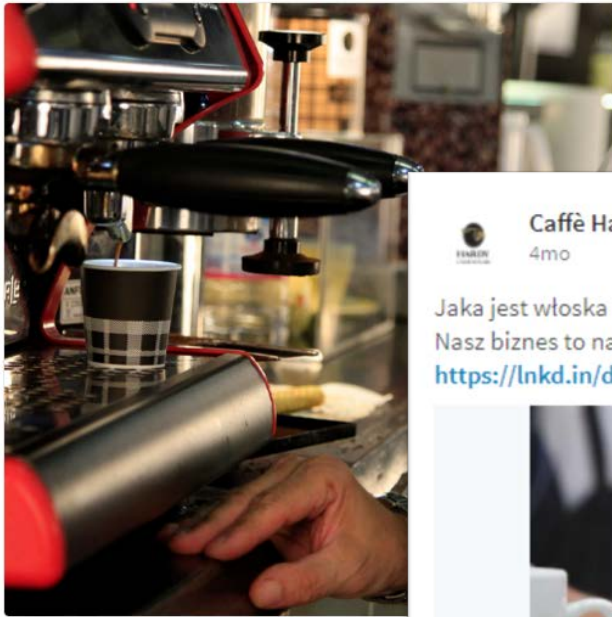


Contenuti, Hardy



Hardy Espresso @HardyEspresso · 18 gen

#thirdwave #coffee – saving the world, one Caffe Hardy #roastedbean at a time



Hardy Espresso

Publicato da Buffer [?] · 11 aprile alle ore 10:17 · ✨

In mourning for Monday? You'll need a long black to get you through!
#goodmorning Caffe Hardy #coffeeovers
<http://www.hardycoffeecompany.com/en/products>



Caffè Hardy

4mo

Jaka jest włoska rodzina? Może i hataśliwa, ale też wielka, troskliwa i wspierająca. Nasz biznes to nasza rodzina. Stań się jej częścią i podbij świat z kawą Hardy.
<https://lnkd.in/dSpAMPZ>



Contenuti, Caprari



Caprari

5d

Discovery Gardens is a residential community that extends over an area of 1.5 sq. m in the heart of Dubai.

The construction of 291 buildings and 200 stores, and the creation of six theme gardens (Zen, Mediterranean, Contemporary, Mogul, Mesoamerican, Cactus) required the use of important technologies for treating and draining water.

Technologies such as those offered by Caprari submersible electric pumps with special galvanic protection, which are suited for sandy, highly erosive environments.

Find out more on our portal.

<https://lnkd.in/gUTSGaq>



Caprari

4d

Caprari per me è un primato di qualità e sostenibilità.

Trovarsi tra i primi produttori di pompe del mondo è una bella soddisfazione ma anche una grande responsabilità.

Da noi ci si attende solo il meglio in termini di prodotto, soluzioni e rendimenti.

Una sfida quotidiana che affrontiamo con il sorriso e lo sguardo che punta lontano.

<https://lnkd.in/dpnR47M>



Contenuti, Caprari (adv)

 Caprari
2w

Caprari is pleased to announce PMXT Endurance, the new range of multistage surface pumps developed for the most extreme industrial applications.

- Top performance and robustness thanks to stainless steel precision castings for all hydraulics
- Performance up to 100 bar of pressure
- Reliability of operation guaranteed by the combined system for the compensation of axial thrusts

Endurance: + resistance + performance.

All the details on our site.

<https://lnkd.in/gAnEpFe>





PMXT
Series



52 Likes · 1 Comment

Gained Sponsored Reach

Hide stats ^

Running on 1 campaign • [Campaign Manager](#)

18,737

Impressions

0

New Followers

69

Clicks

12

Social Actions

0.43%

Engagement

Organic Reach

Targeted to: All followers

5,433

Impressions

106

Clicks

37

Social Actions

2.63%

Engagement

Social Media per l'estero: consigli utili

- ▷ Definire una strategia per ogni mercato -> Visual Communication Planner
- ▷ Verificare il posizionamento del brand o del prodotto per mercato
- ▷ Delineare obiettivi di business: es. ottenere contatti commerciali spontanei
- ▷ Dedicare un budget specifico a ogni mercato
- ▷ Canali e azioni:

Si può partire da un sito web single-page

Social Media consigliati: Facebook, Twitter, LinkedIn

Canali di web advertising consigliati: Facebook Ads, LinkedIn Ads, Google AdWords

- ▷ Utilizzare copywriter madrelingua per la produzione dei testi:
- ▷ contenuti adattati a ogni piattaforma
- ▷ Definire metriche per l'analisi dei risultati
- ▷ Programmare le attività per un minimo di 12 mesi



Gabriele Carboni, Weevo S.r.l.

▷ *Weevo, agenzia di comunicazione web specializzata nei mercati esteri*

- *Export Digitale B2B*
- *Siti web in Drupal*
- *Contenuti*

▷ *Giornalista e co-editore de Il Giornale delle PMI*

- ▷ Twitter: @gabbariele
- ▷ Sito web: <http://www.weevo.it>
- ▷ Blog: <http://gabbariele.weevo.it>
- ▷ E-mail: gabriele@weevo.it

expordigitale.weevo.it

