

RedHab

**Viraltà indotta: come sfruttare
la capillarità dei punti vendita
nella tua comunicazione**

INDICE

01 **INTRODUZIONE**
Come si è evoluta la comunicazione dei brand.

04 **LA PIATTAFORMA**
Di cosa si tratta.

06 **COME FUNZIONA**
Funzionalità della piattaforma e advertising.

08 **ADVERTISING**
Sponsorizzazioni dei contenuti tramite piattaforma.

10 **REPORT**
Monitoraggio risultati e assegnazione punteggi ai negozi più meritevoli.

12 **COSA FACCIAMO PER TE**
Un team di esperti per soddisfare ogni richiesta.

14 **I VANTAGGI**
I vantaggi della gestione RedHab.

Come si è evoluta la comunicazione dei brand

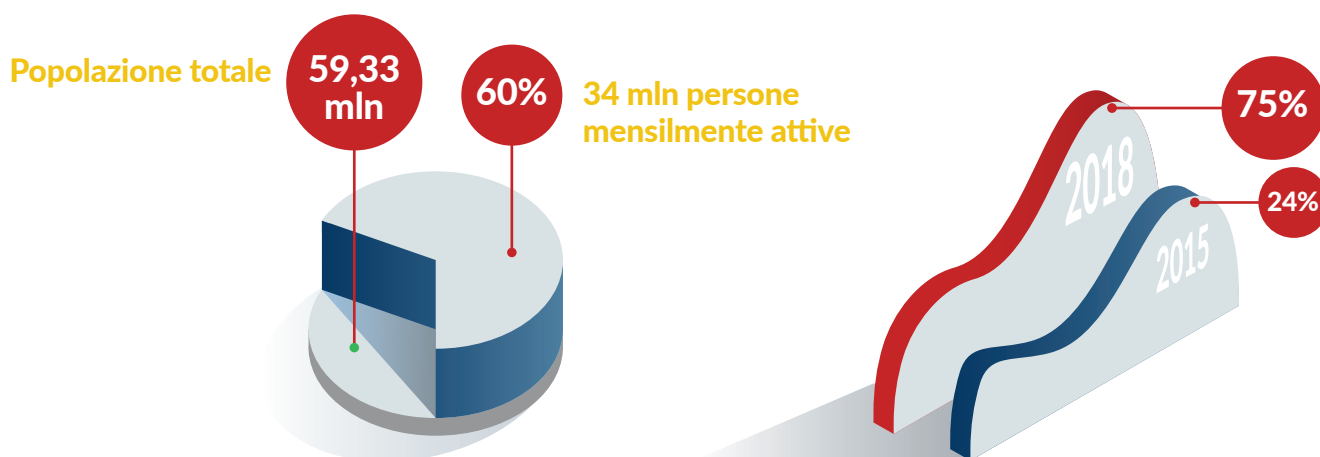
*Da Internet ai social media per
una comunicazione
disintermediata.*

Fino a pochi anni fa i brand riuscivano a raggiungere i loro clienti attraverso la pubblicità: avevano il budget, le competenze ma soprattutto l'attenzione del consumatore.

Con l'avvento del digital, però, le regole sono cambiate. Le persone oggi hanno un ventaglio enorme di strumenti attraverso cui informarsi, **privilegiano una comunicazione diretta** e subiscono una **forte influenza** da chi fa parte del loro **network**. In questo nuovo contesto i brand hanno dovuto **riposizionarsi sui nuovi media**, creando intorno a sé community anche molto grandi.

Contemporaneamente i negozi hanno sentito la necessità di creare la **propria immagine digitale**, aprendo pagine Facebook, profili Instagram, canali YouTube. Spesso, però, fanno **fatica a costruire contenuti di qualità e ad avere una continuità nella comunicazione**: non hanno tempo da dedicarci, le competenze e gli strumenti necessari, ma non possono nemmeno permettersi di essere affiancati da professionisti. Nel caso poi di **network, franchising e catene, ogni attività comunica in modo differente lo stesso prodotto o servizio**: il risultato è una comunicazione **frammentata e poco efficace**.

UTENTI CHE UTILIZZANO I SOCIAL



Se in passato i brand hanno risolto il problema offrendo ai negozi strumenti come minisito o newsletter per rendere più omogenea la comunicazione locale, nel caso dei social network questo non è possibile. Le pagine infatti nascono direttamente dai negozi, che per natura hanno una loro identità ed indipendenza, anche online.

Come risolvere dunque il problema, senza sacrificare la naturalezza della comunicazione dei negozi, ma garantendo coordinamento ed efficacia sia per il brand sia per il rivenditore?

È possibile sfruttare le capacità del brand di produrre contenuti di qualità e coordinati, a vantaggio sia del brand sia delle attività?

Cosa si può fare con REDHAB

*Connettere la comunicazione
del brand e di chi ne propone
prodotti o servizi.*

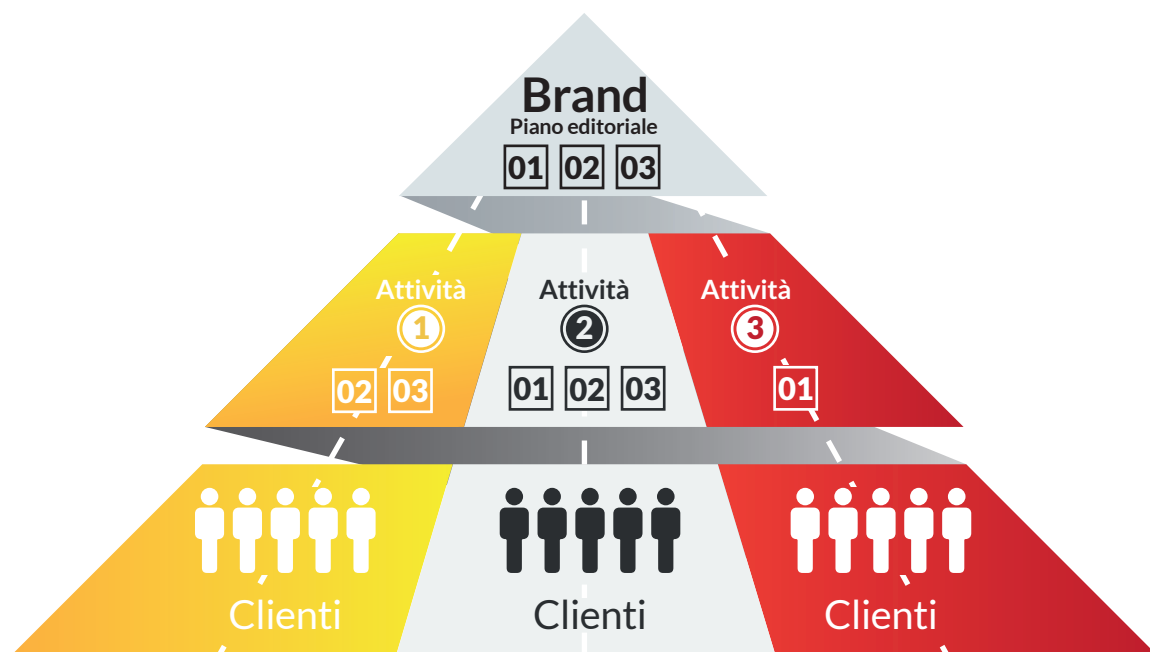


La piattaforma RedHab offre la soluzione, connettendo in modo semplice e veloce la comunicazione del Brand e le realtà di tutti coloro che ne rivendono o propongono prodotti e servizi.

La piattaforma RedHab permette al **Marketing Champion** (colui che si occupa di marketing digitale del **brand**) di muoversi in un ambiente nel quale **potrà creare dei contenuti singoli o piani editoriali**. Tali contenuti verranno utilizzati per **popolare i canali social delle attività** come fossero **contenuti originali** (e non semplici repost dalla pagina principale del brand).

In questo modo i canali delle attività saranno sempre attivi e comunicheranno con contenuti di qualità, senza sforzi economici e di tempo.

Il negozio continuerà a fare i propri **contenuti di ingaggio locale** e raccontare la propria quotidianità, ma avrà uno strato di contenuti che renderanno la propria pagina più interessante e di qualità.



Funzionalità

*Come utilizzare la piattaforma
per attivare il processo
di viralità indotta.*

Come funziona

06



Il brand può definire a quali negozi offrire questo servizio e raggrupparli per:

- *Tipologia di prodotti venduti*
- *Area geografica*
- *Dimensione*
- *Tipologia di partnership etc.*

Centralmente il brand può redigere uno o più piani editoriali. Il piano editoriale è formato da un insieme di momenti. Ogni momento è un insieme di:

- *Immagine*
- *Testo*
- *Data e ora di pubblicazione*
- *Canale di comunicazione*

Il **brand** può decidere di **suggerire o pianificare** i momenti.

Nel **primo caso** il negozio coinvolto dovrà **esplicitamente approvarli**, mentre nel **secondo caso** i momenti saranno **direttamente schedati**. Il negozio potrà sempre **intervenire sul proprio piano editoriale** e modificarlo, arricchendolo di nuovi momenti o cancellando momenti che non vuole che siano pubblicati. Una volta pianificati o accettati i momenti diventeranno dei veri e propri contenuti che saranno **pubblicati in automatico dalla piattaforma** RedHab e nel caso differenziati sui canali definiti dal marketing champion.

I canali gestiti sono:

- *Facebook*
- *Facebook ADS*
- *SMS*
- *Email*
- *Linkedin*
- *Telegram*
- *Instagram*
- *Instagram ADS*



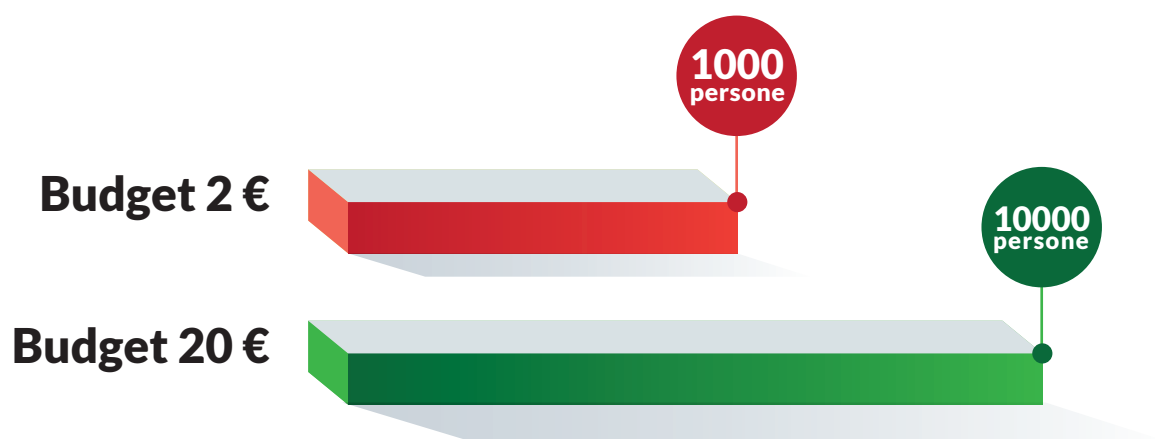
Campagne di sponsorizzazione

***Attivare le sponsorizzazioni
e pianificare le campagne
targettizzate.***

Attraverso la piattaforma RedHab è possibile ottimizzare i target di pubblico e attivare delle campagne di sponsorizzazione sui diversi media.

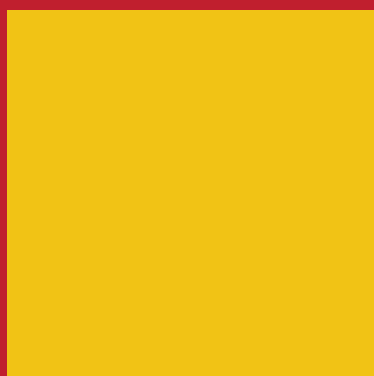
Le sponsorizzazioni possono essere attivate senza l'uso diretto di denaro, ma tramite i crediti RedHab.

PERSONE RAGGIUNTE IN UNA SETTIMANA



Analisi dei risultati e punteggi

*Monitoraggio dell'andamento
e dei risultati ottenuti da
momenti e attività.*



Il Brand può verificare costantemente quali momenti sono stati utilizzati e quali attività hanno aderito al piano editoriale, monitorando andamento e risultati ottenuti da ogni singola attività o da ogni singolo momento su tutte le attività.

I **risultati** possono essere visualizzati in **forma aggregata**, ma possono essere **analizzati nel dettaglio** anche i **singoli post** sulle differenti attività commerciali.

Questo permette non solo di **registrare l'andamento totale di una campagna**, ma di capire che tipo di ingaggio creano le attività, dove ci sono le **migliori performance** e dove invece c'è bisogno di un intervento. Il **Marketing Champion** può impostare una **serie di punteggi per ogni azione** o risultato ottenuto dai negozi, come per esempio aver utilizzato un momento proposto, le condivisioni o le reaction ottenute, etc. In questo modo il marketing champion può **verificare** quali negozi abbiano le **migliori performance** e quali magari necessitino di un **supporto**.

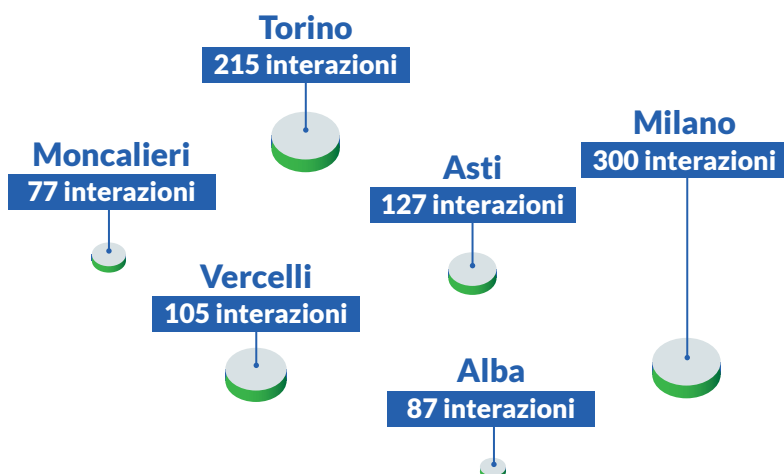


POST FACEBOOK

Post programmato o pianificato dal marketing champion del brand.

CONDIVISIONI

Quanti negozi del brand connessi alla piattaforma hanno condiviso il post.



INTERAZIONI NEGOZI

Numero di utenti che hanno interagito (like, commenti e condivisioni) con il contenuto postato sulla pagina.

Il team REDHAB

*Supporto, assistenza e
formazione del team per
l'utilizzo della piattaforma.*

Cosa facciamo per te

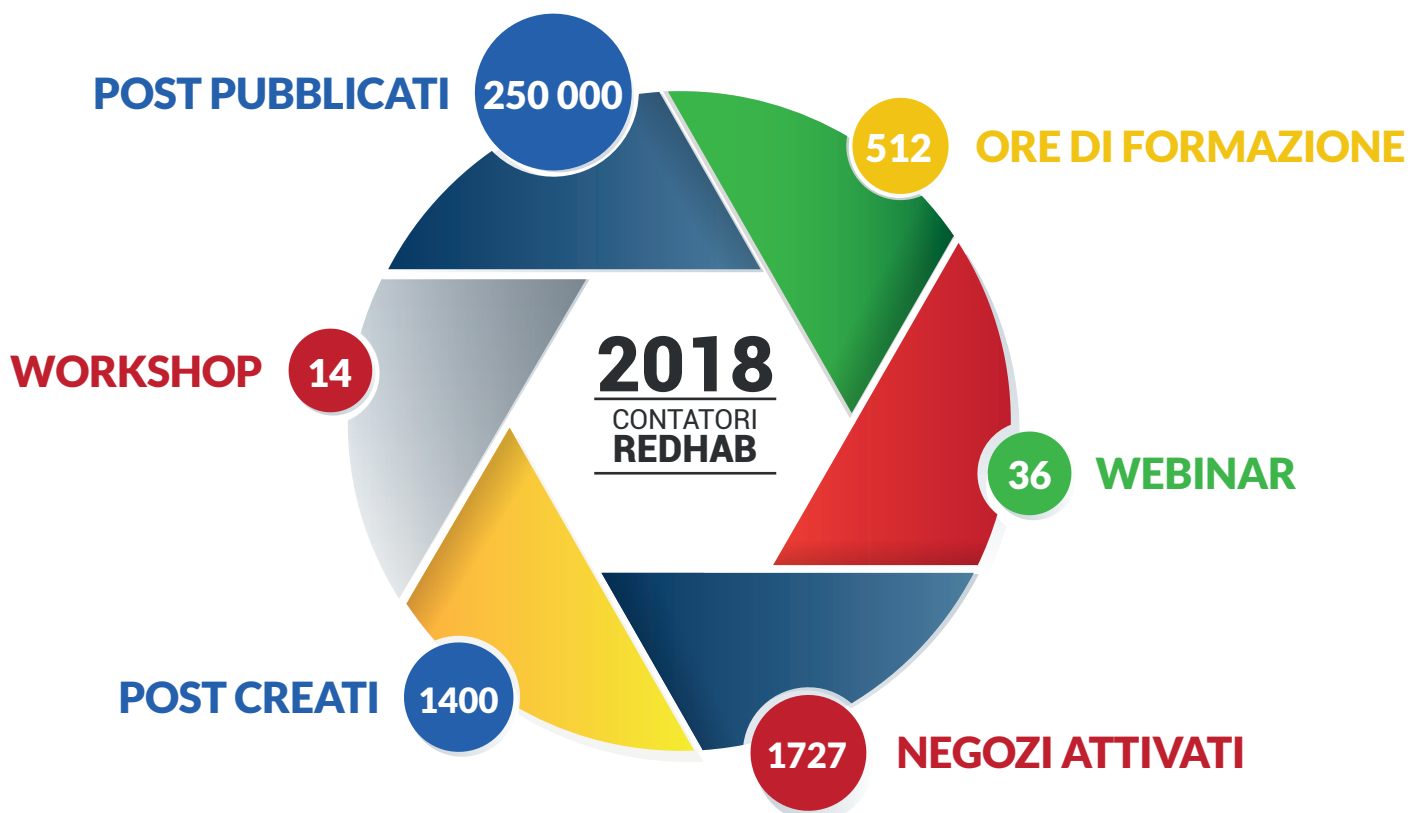
12

Il lavoro del team di esperti RedHab, composto da professionisti del digital, rende ancora più semplice l'esperienza di utilizzo della piattaforma.

Viene assicurato il supporto al brand, ma anche assistenza e formazione sul funzionamento delle logiche della piattaforma RedHab per le attività.

Il team è a disposizione di negozi e del brand per:

- Assistenza
- Formazione
- Attivazione dei negozi sulla piattaforma
- Ideazione di campagne dedicate
- Webinar
- Analisi dei risultati
- Consigli sulle strategie per una comunicazione più efficace




I vantaggi

***Tutti i benefici della viralità
indotta per il Brand e le attività
aderenti alla piattaforma.***



BRAND

I vantaggi per casa madre.

- 
- Parlare direttamente con i clienti finali
 - Sfruttare il trust tra attività commerciale e cliente
 - Creare una comunicazione di supporto alle proprie campagne
 - Fornire uno strumento utile ai commercianti
 - Controllare le interazioni e i risultati
 - Riportare sulla propria community i clienti finali
 - Aumentare il legame tra azienda e attività commerciali

Poter utilizzare una **piattaforma** che li aiuti nella gestione dei social network

Minimizzare il tempo dedicato al digital aumentando la propria qualità nella comunicazione

Avere dei contenuti dedicati

Creare dei post di qualità sfruttando i cataloghi dell'azienda

Accumulare crediti per fare campagne pubblicitarie

Trovare nuovi clienti

Pubblicizzare le attività



NEGOZI

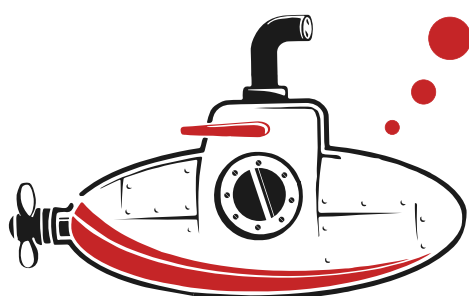
I vantaggi delle attività aderenti alla piattaforma.

COSA CI DIFFERENZIA DALLE ALTRE PIATTAFORME DI SOCIAL MEDIA MARKETING AUTOMATION

BENCHMARK

SOCIAL MEDIA PLATFORM

FUNZIONALITÀ	REDHAB	HOOTSUITE	BUFFER	SOCIAL SEEDER	FBK LOCATION
FACEBOOK FAN PAGE	✓	✓	✓	✗	✓
FACEBOOK PROFILE	✗	✗	✗	✓	✗
FACEBOOK ADS	✓	✓ <small>only buying gold pack</small>	✓	✗	<small>just on main Facebook fan page</small>
INSTAGRAM	✓	✓	✓	✓	✓
INSTAGRAM ADS	✓	✓ <small>only buying gold pack</small>	✓	✗	✓
SMS, MAIL, TELEGRAM	✓	✗	✗	✗	✗
MARKETING AUTOMATION	✓	✓	✓	✗	✓
SUGGESTED POST	✓	✗	✗	✗	✗
MULTI POST EDITORIAL PLAN	✓	✗	✗	✗	✗
POST BY CUSTOMER CLUSTERING	✓	✗	✗	✗	✗
ADDRESS BOOK AND FIDELITY CARD	✓	✗	✗	✗	✗
CUSTOMER CARE BY PHONE CALL OR EMAIL	✓	✗	✗	✗	✗
GLOBAL ANALYTICS	✓	✗	✗	✗	✓
ATTIVAZIONE ENGAGEMENT LOCALE	✓	✗	✗	✗	✗
COMMENTI E INTERAZIONI SU PAGINE LOCALI	✓	✓	✓	✓	✗



RedHab

Usa la tua comunicazione, sfrutta le micro community, dai un servizio ai tuoi clienti, parla direttamente con le persone.

RedHab è distribuito da Publieditor srl

Viale Sarca, 47 - 20125 Milano - Italy
Tel. +39 02 668.00.771 - redhab@Publieditor.it - redhab.it