



**BAM! Strategie Culturali**

# **I Pubblici Della Cultura**

**Giorno 2 - Dall'Audience  
Development alla digital strategy**



Comune di Bologna



26 marzo 2021

**Buongiorno!**

**Dove  
eravamo  
rimasti?**

# Oggi

## **Dall'audience development alla digital strategy**

1. Digital engagement e pandemia
2. Avere una strategia: il DEF (Digital Engagement Framework) e la strategia digitale
3. Cross media planning: muoversi tra sito e social
4. La progressione e i contenuti per il web

# **La partecipazione Culturale**

**Digital engagement**  
**Community building**  
**Crowd-sourcing**

**Vi viene in mente qualcosa che  
usiamo tutti i giorni e tiene insieme  
tutti questi aspetti?**

**Digital engagement  
Community building  
Crowd-sourcing**

# Wikipedia

**A digital crowd-sourcing community**



# Wiki approach

## A digital crowd-sourcing community

risorse al servizio del settore culturale:

- Wikipedia
- Openstreetmap
- “the [Wiki-GLAM revolution](#)” - Galleries, Libraries, Archives and Museums
  - Editathon
  - Wikipediani “in residenza”
- [Wikilovesmonuments](#) > Wikimedia Commons

**Cultura e digitale oggi**  
**(con la pandemia e tutto il**  
**resto)**

# Cosa è successo?

## Musei



- La chiamata alle armi del digitale
  - Quantità vs qualità
  - Poca riflessione sui canali e sui target
  - Contenuto senza una mediazione ad hoc
- “Ci serve un hashtag!”

# Cosa è successo?

## Musei



- La pandemia si allarga oltreoceano: arriva il meme
  - Si entra nella competizione delle “attività da lockdown”
- “Dobbiamo intrattenere!”

# Cosa è successo?

## Musei



- Scendono in campo i direttori
  - I social si “televisizzano”
- “Bisogna metterci la faccia!”

# Cosa è successo?

## Musei

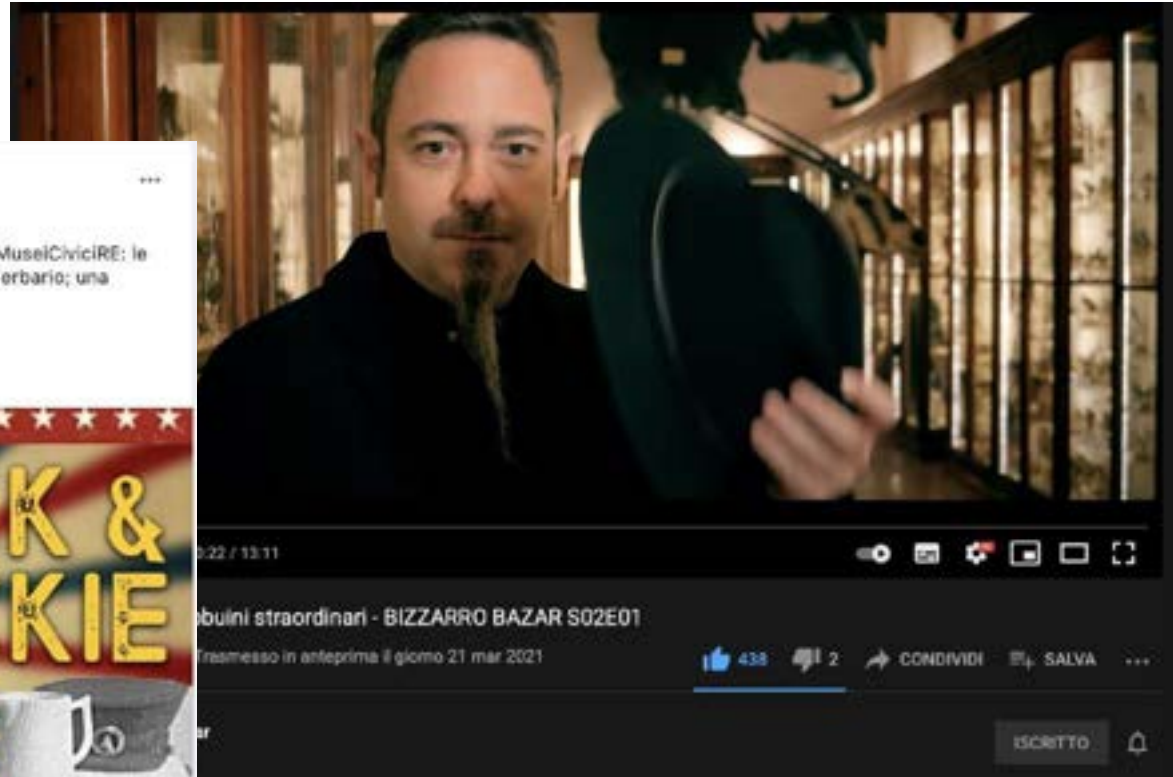


- Accelerano i progetti di digitalizzazione
- Arrivano le digital libraries e le visite guidate online
- Le cose iniziano a farsi interessanti...

# Cosa sta succedendo?



## Musei



Musei Civici di Reggio Emilia  
21 marzo alle ore 10:47

#BizarroBazar. La web serie  
Nel primo episodio della S02 di Bizarro Bazar, in collaborazione con @MuseiCiviciRE: le incredibili imprese di due babbuini sudafricani; un antico e spettacolare erbario; una bizzarra leggenda che riguarda le fotografie post-mortem.  
Buona visione!

#KeepTheWorldWeird!  
#PerunNuovoMuseo #MuseidelleMeraviglie

**BIZZARRO Bazar**  
SALVA NOTTE  
MAGAZZINO

**JACK & JACKIE**

*Babbuini straordinari*

YOUTUBE.COM  
**Jack & Jackie, babbuini straordinari - BIZZARRO BAZAR S02E01**  
In questo episodio della stagione 2 di Bizarro Bazar, prodotta in collaborazione con i M...

Condivisiori: 6

# Cosa è successo?

## Teatro

**#LACULTURANONSIFERMA. GLI ATTORI DI ERT LEGGONO UNO, NESSUNO E CENTOMILA DI PIRANDELLO**



**#LACULTURANONSIFERMA. DALLE 18:00 ALLE 23:00 CLICCA QUI PER VEDERE LA STRISCIA QUOTIDIANA**





# Cosa sta succedendo?

## Teatro

**Collettivo CineticoO**  
29 novembre 2020 · 🌐

Alle 16:16 di una grigia domenica pomeriggio collegatevi per vedere in diretta l'ultima partita a cinetico voodoo! Ospiti eccezionali, eroine strepitose e noi cinetici nel delirio. Tifate e votate per la performance che volete vedere realizzata!

Questo il link alla diretta:  
<https://youtu.be/Dt763hx2Jll>

Puntualissimi,  
cineticissimi.



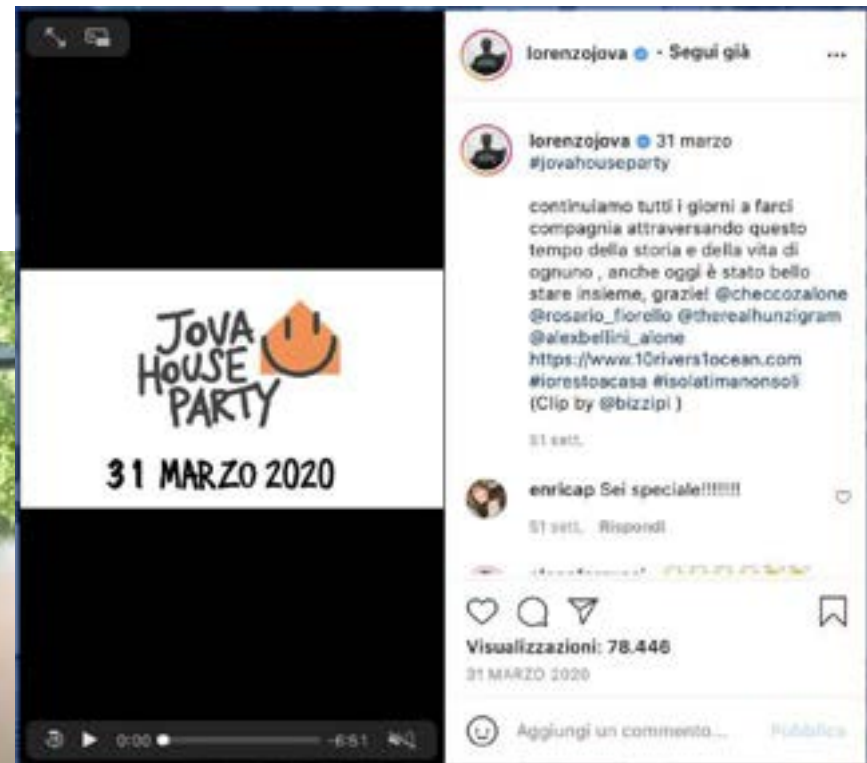
**Drama Teatro** era in diretta.  
3 febbraio alle ore 12:03 · 🌐

In risposta ai 100 giorni di chiusura: The Who (Won't get fooled again) e Antonio Neiwiller...  
Grazie agli attori e attrici che hanno partecipato!



# Cosa è successo?

## Musica



# Cosa è successo?

## Musica



**Nu Guinea** e con **Mariù Martone** e altri 9  
18 aprile 2020 · 🌐

Hello to everyone, we're not used to this kind of media contribution but a lot of lovely people asked us to somehow do something which would let them remind the nice moments of the past tour. It made us really happy to hear that. So we thought was a nice thing to call over all the musicians that recorded and contrasted to make our last tour so special, and record a home version of one our songs. 'Parev' Ajere seemed an appropriate thing to do, as our lyrics (slightly edited for this version) are quite fitting in this period of time, much love to all of you! lyrics above

👤 **Nu Guinea**  
[Mostra meno](#)

👍👍👍 4823      Commenti: 447

🔴 Live    💬 Commenta    🔄 Condividi

---

**Prossimi video**

- Come Sunday, Luca** -- **Lo Bianco...** -- Conservatorio Rossini -- 47 performance in Visualizza
- Achille** -- **Laura(Performer)C...** -- **Muh Ete** -- 2 performance in Visualizza
- Michèle Riandino** -- **Intervento...** -- **One Maggio Tarena U...** -- 47 performance in Visualizza
- Esibizione di Achille** --

🗨️ **Commenti**      [Mostra tutti](#)

# Cosa sta succedendo?

## Musica



# Cosa è successo?

## Cinema



# Cosa sta succedendo?

## Cinema

**CINETECA BOLOGNA** SICENS PROGRAMMAZIONE FESTIVAL BOOKSHOP

### Il Cinema Ritrovato | Fuori Sala

Il nuovo progetto della Cineteca di Bologna: ogni 30 giorni, un programma tutto nuovo, 15 film da vedere in streaming su MYmovies, senza limiti di giorni o di orario, presentati da critici, registi, testimoni.

[VAI AL SECONDO PROGRAMMA DEL CINEMA RITROVATO | PIÙ SALA](#)

[RIPRESTORAZIONE | VAI ALLA SALA VIRTUALE DEL CINEMA LUMIÈRE](#)

Cerca nel sito

SEEYOUNG International Music Film Festival

ALTRI VIDEO

# PLAYSYS.TV

YouTube

# Cosa è successo?

## Nel frattempo...

Effetto coronavirus su Netflix:  
16 milioni di abbonati in più

Il lockdown fa volare la tv via streaming: gli show più seguiti sono "Casa di carta" e "Tiger King"



*Disney Plus arriva in Italia il 24 marzo. Dai film in catalogo al costo degli abbonamenti (anche da condividere): tutto quello che c'è da sapere*



DATI AUDITEL

**Coronavirus, tutti davanti alla tv: ecco cosa si guarda e quanto**

**Share, ascolti da record: il coronavirus non lascia alternative alla tv**

# Cosa è successo?

## Moda



### Bottega Veneta quits social media

Who doesn't like to start the new year with a resolution? Bottega Veneta announced this week it would be taking an indefinite digital detox to kick off 2021, and just like that, its close-to-four million followers were left ghosted. New year, #NewBottega?



# Cosa sta succedendo?

## Moda

MILANO FASHION WEEK



LOGIN

ITA



MENU

01/03/2021

SHOWROOMS



# Quindi?

## Il far west della cultura in quarantena

La **corsa al contenuto online** cui abbiamo assistito ha diverse ragioni, anche legittime:

- dimostrare presenza e vitalità
- accreditarsi verso le istituzioni e gli stakeholder
- coinvolgere e occupare il proprio team
- raggiungere più persone con i propri eventi

...ma se ci pensate un attimo, sono ragioni che erano perfettamente valide anche prima della quarantena.

# Quindi?

## Il far west della cultura in quarantena

Spesso questa situazione ha dimostrato un malinteso di fondo sul digitale per le istituzioni culturali, visto come:

- un'alternativa contrapposta alla fruizione dal vivo invece che **complementare, in continuum** con essa
- un canale in più su cui posizionare gli stessi contenuti invece che **inventare un modo nuovo di fare** le cose
- un'occasione di protagonismo per le direzioni invece che di **ascolto e dialogo con il pubblico**

# Quindi?

## Il far west della cultura in quarantena

Un'occasione per testare e imparare cose nuove, o fermarsi, fare un esame di coscienza e ripartire con maggior consapevolezza:

- **cerco di capire** chi c'è dall'altra parte dello schermo, cosa gli piace
- coinvolgo tutto lo staff nel decidere su quali **contenuti** puntare
- lascio i miei canali in altre mani

**Digital engagement**

**Coinvolgere col digitale**

# Digital engagement

## Una tappa nei processi di Audience Development

1) La promozione

2) La mediazione

3) La partecipazione

3a) Digital Engagement

3b) Community Building

3c) Crowd-sourcing

# Digital engagement

## Come ci ha cambiato l'internet?

Relazione **orizzontale**:

feedback continuo, proattività dell'utente

**Algoritmi** proprietari: verità e verosimiglianza

Perdita del **potere** e dell'autorevolezza delle fonti

# Digital engagement

## Come ci ha cambiato l'internet?

Relazione **orizzontale**:

feedback continuo, proattività dell'utente

**Algoritmi** proprietari: verità e verosimiglianza

Perdita del **potere** e dell'autorevolezza delle fonti

>> Attenzione: non solo online!



# Digital engagement

## Cosa può fare l'istituzione culturale?

Sceglie le regole del gioco,  
abilita **dialoghi e relazioni**

Da percorso unico a **percorso multiplo**  
(compreso il suo!)

Da senso unico a senso continuamente  
**messo in discussione**

# **Il contenuto culturale nell'era e nel mondo digitale**

Tre parole chiave da tenere a mente ogni volta che presentiamo contenuti culturali online:

1. Rilevanza
2. Progressione
3. Risoluzione

# Il contenuto culturale nell'era e nel mondo digitale

## Rilevanza

Costruire percorsi di fruizione attraverso le  
preferenze dei fruitori

Offrire contenuti simili o affiancabili

Randomizzare, ma restando rilevanti

# Il contenuto culturale nell'era e nel mondo digitale

## Progressione

Conoscenza come percorso, esplorazione

Scomposizione e approfondimento  
del contenuto (storytelling)

Approfondimento a richiesta: per il resto grande  
sforzo di sintesi

# Il contenuto culturale nell'era e nel mondo digitale

## Risoluzione

Contatto con l'opera, emozione della vicinanza,  
dello zoom

Opportunità di moltiplicare, ribaltare,  
approfondire i punti di vista

# Le fasi



**Ma quindi tra lockdown e zone  
rosse?**

**Qualche buon esempio**

**per tirarsi su di morale**

*(anche se non sei il Louvre e non puoi  
puntare sulla Monnalisa)*



# Coinvolgi i tuoi artisti

[Link](#)

**#ProudToBeRegio Teatro Regio di Torino**



# Stai vicino alla comunità

[Link](#)

## Radio GAMEC: un'emittente dal fronte

RADIO  
GAMEC



# Coinvolgi la comunità



## Drama Teatro: #lavostravoce



# Punta sul contenuto

## I diari dall'isolamento



**Italiani in quarantena** *diari dall'isolamento*



Archivio dei diari  
· 20 marzo ·

Italiani in quarantena  
diari dall'isolamento

L'Archivio diaristico nazionale e il Piccolo museo del diario, in uno dei momenti più difficili per il nostro Paese, hanno deciso di aprire idealmente le loro porte, per far entrare chiunque lo voglia alla scoperta delle storie degli italiani conservate a Pieve Santo Stefano.

L'emergenza #coronavirus ha costretto le istituzioni culturali italiane a f... Altro... — a Pieve Santo Stefano.

306  
Commenti: 38  
Condivisioni: 180

Mi piace Commenta Condividi

Più pertinenti

Fan più attivo  
Laura Nistri Bellissima iniziativa, grazie!  
Ho visitato il vostro (nostro) piccolo (grande) museo due anni fa e mi è rimasto nel cuore.

15 marzo · Venerdì · 2

# Ripensa l'opera

[Link](#)

Consegne e Coprifuoco di Kepler-452



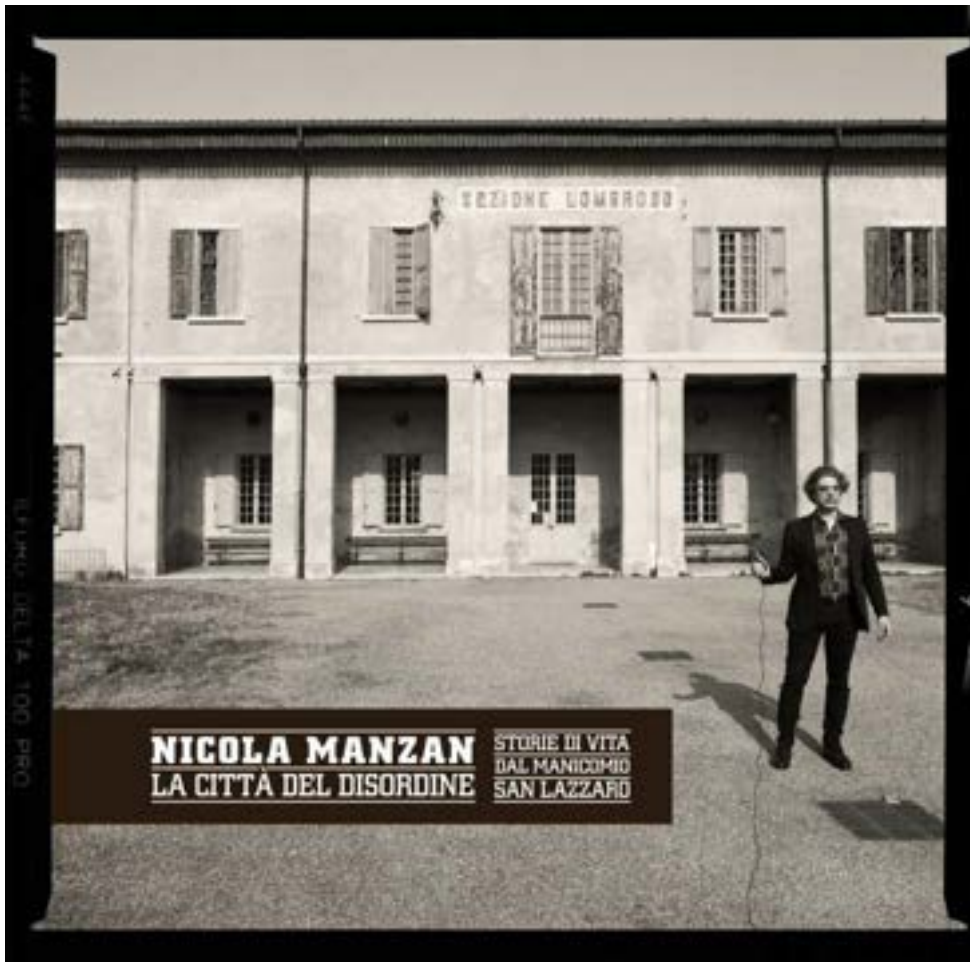
# Mischia offline e online

#casalaboratorio



# Mischia le forme d'arte

## #IspirazioneMuseo



Musei Civici di Reggio Emilia  
lun 10:12

#FocusPsichiatria

La musica di Nicola Manzan per il  
#MuseodiStoriadellaPsichiatria di Reggio  
Emilia

"La città del disordine"  
Storie di vita dal Manicomio San Lazzaro"

Uscirà il 7 maggio 2021 "La città del disordine. Storie di vita dal Manicomio San Lazzaro", il nuovo album del musicista Nicola Manzan, nell'ambito di un progetto promosso dai Musei Civici di Reggio Emilia e AUSL Reggio Emilia / Biblioteca scientifica "Carlo Livì" pensato per il Museo di Storia della Psichiatria con l'obiettivo di valorizzare una delle sedi più emblematiche della Rete museale civica attraverso la coproduzione di un'opera musicale dedicata, in collaborazione con un editore della scena musicale indipendente.

Si tratta di un'opera originale realizzata dalla trasposizione in musica di cartelle cliniche dei degenti dell'ex Ospedale Psichiatrico San Lazzaro di Reggio Emilia. I documenti d'archivio si traducono qui in note musicali per delineare ritratti di vite vissute ai margini e, più ancora, per raccontare la fragilità come elemento costitutivo del valore dell'essere umano. ...

continua a leggere: <https://bit.ly/389bpb1>

#IspirazioneMuseo #MuseidelleMeraviglie

Comune di Reggio Emilia Patrimonio  
Culturale ER Emilia-Romagna -  
Coordinamento Regionale di ICOM Italia  
Ministero della cultura Mostra meno

# Inventa business model..

[Link](#)

# Bookshop o Studio di registrazione?

[Link](#)





# ...e modelli di distribuzione

[Link](#)

## Mio Cinema / Io Resto In Sala



**MIO CINEMA**  
IL MIO CINEMA PREFERITO. SEMPRE!

LA PRIMA PIATTAFORMA DEL CINEMA D'AUTORE  
CON AL CENTRO LA SALA CINEMATOGRAFICA  
E IL SUO PUBBLICO.

Scopri di più

# io resto

in SALA

# Ripensa gli spazi

## Lago Film Fest 2020

[Link](#)



# Scopri il festival diffuso!

Non ce la siamo sentita di abbandonare il borgo, così ci abbiamo nascosto numerosi interventi artistici: li avete trovati tutti?



# O ripensa la tua vocazione



## Open Access e Learning Lab

### Smithsonian Open Access

Create. Imagine. Discover.



Transcripts

### Chris Funk & N M Bodecker Foundation

Open Access Teen Songwriting Intensive: N M Bodecker Foundation and Multi-instrumentalist, Chris Funk  
The Smithsonian sponsored a Teen Songwriting Intensive with the N M Bodecker Foundation; a Portland, Oregon-based non-profit that empowers creative youth to imagine and achieve their artistic, educational, and professional dreams. Teens researched, wrote, and recorded songs based on primary source documents describing the Smithsonian's mission of "the increase and diffusion of knowledge." Artistic Mentors included Zach Carothers (Portugal, The Man), Kyle Craft, Chris Funk (The Decemberists), John Gourley (Portugal, The Man), Adam Lee, Jon Mooallem, Karma Rivera, and Lisa Vazquez. Student artists include Rumi Chapiro-Wolf, Tracy Jones, Sirena Miranda, Lucas Murray, Eli Pearl, Calvin Sewell, Forest Shaw, and Jolly Wrapper.

Listen to the songs.



# Impara dallo sport

## Aarhus-Randers



# Impara dal Rijksmuseum

[Link](#)

## Grand Rijksmuseum Pub Quiz



**Tre cose su cui lavorare**  
**per prepararsi alla (prossima)**  
**crisi**

# **1. Strategia**

**Obiettivi e target condivisi**

# Strategia

## Obiettivi e target condivisi

Un'organizzazione o progetto culturale non può sottovalutare l'importanza di **progettare e condividere internamente** la propria strategia di raggiungimento e coinvolgimento dei pubblici (sul digitale e non):

- contesto
- obiettivi
- risorse e partner
- target, contenuti, canali
- strumenti, azioni
- risultati, monitoraggio



## **2. Tono di voce**

**Coerenza, identità, reputazione**

# Tono di voce

## Coerenza, identità, reputazione

La credibilità delle azioni di comunicazione (digitali e non) si costruisce giorno per giorno nell'operatività: ci si presenta ai pubblici tanto attraverso i contenuti quanto attraverso un **tono di voce**

- un modo di gestire la relazione e l'interazione
- in coerenza con l'identità istituzionale e la strategia
- in richiesta e in ascolto dei feedback

# **3. Buon management**

## **Leadership, team, fiducia**

# Buon management

## Leadership, team, fiducia

La cosa più importante in un momento di crisi è avere una **buona leadership**, capace di dare fiducia al proprio team (in questo caso specifico, al proprio team di comunicazione) e di guidare l'organizzazione a ripensare se stessa, non solo a correre ai ripari.

Troppo spesso le nostre organizzazioni culturali difettano ancora di buona cultura manageriale e sono malate di verticismo.

# Strategia e gerarchia

Cosa possiamo fare se non siamo nella posizione e nel ruolo di prendere decisioni strategiche?

Almeno: **porsi il problema.**

- Consultarsi tra colleghi, condividere visioni, progettare secondo logiche condivise
- Partecipare a reti settoriali e intersettoriali per confrontarsi con la visione di altri stakeholder
- Pretendere dai propri responsabili un confronto su questi temi: o almeno problematizzare obiettivi e risultati

# La pianificazione

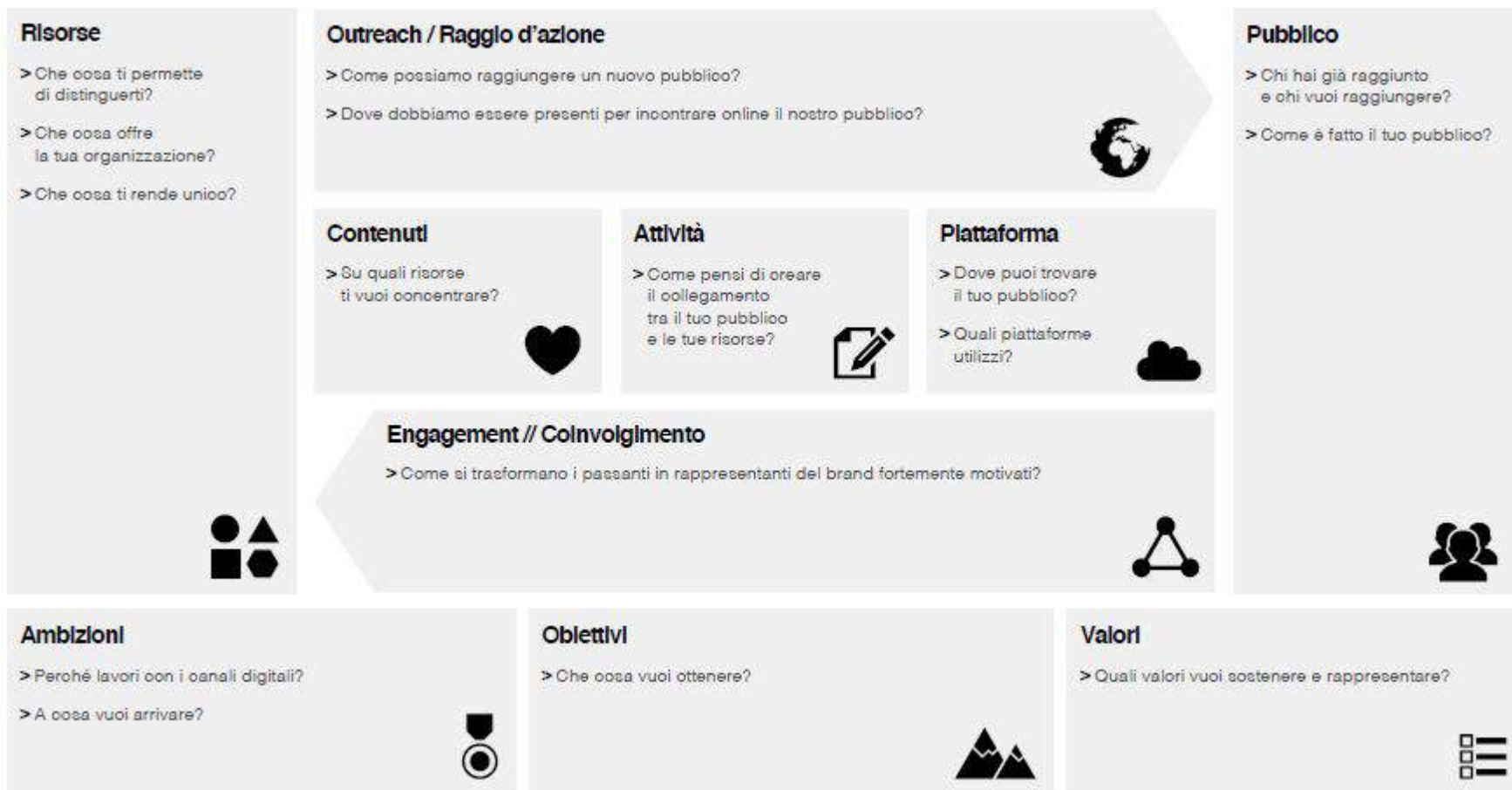
...anche perché in ogni caso è a voi operatori che resta in capo:

- la pianificazione giorno per giorno delle risorse
- la scelta dei principali strumenti di mediazione
- la gestione delle azioni di comunicazione
- la relazione con il pubblico su tutti i canali: reali e digitali

Da dove cominciare?

**Uno strumento di progettazione e  
orientamento strategico:  
il Digital Engagement Framework**

# Il Digital Engagement Framework





# Approccio strategico

## Risorse

- > Che cosa ti permette di distinguerti?
- > Che cosa offre la tua organizzazione?
- > Che cosa ti rende unico?



## Outreach / Raggio d'azione

- > Come possiamo raggiungere un nuovo pubblico?
- > Dove dobbiamo essere presenti per incontrare online il nostro pubblico?



## Contenuti

- > Su quali risorse ti vuoi concentrare?



## Attività

- > Come pensi di creare il collegamento tra il tuo pubblico e le tue risorse?



## Piattaforma

- > Dove puoi trovare il tuo pubblico?
- > Quali piattaforme utilizzi?



## Pubblico

- > Chi hai già raggiunto e chi vuoi raggiungere?
- > Come è fatto il tuo pubblico?

## Engagement // Coinvolgimento

- > Come si trasformano i passanti in rappresentanti del brand fortemente motivati?



## Ambizioni

- > Perché lavori con i canali digitali?
- > A cosa vuoi arrivare?



## Obiettivi

- > Che cosa vuoi ottenere?



## Valori

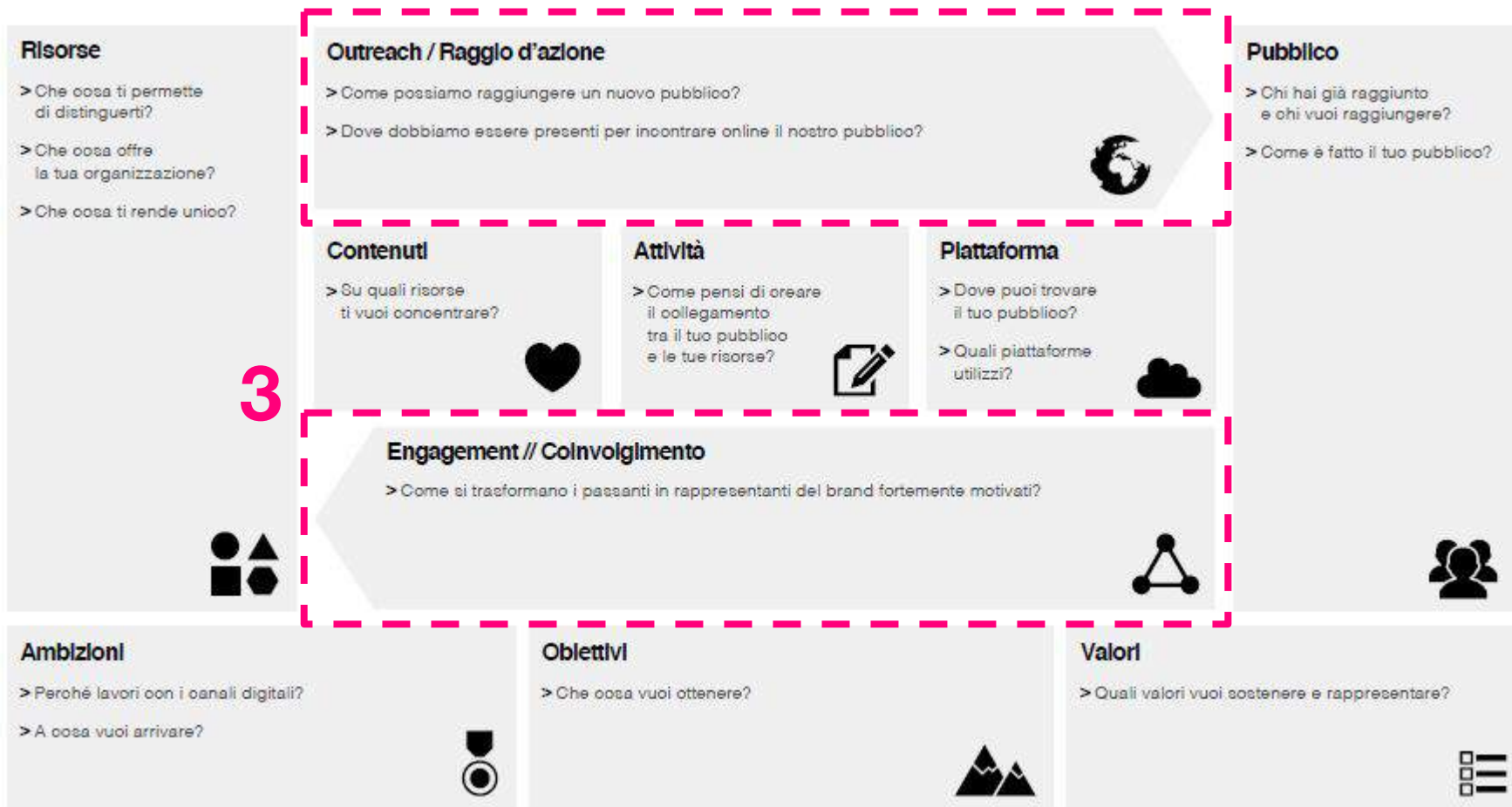
- > Quali valori vuoi sostenere e rappresentare?



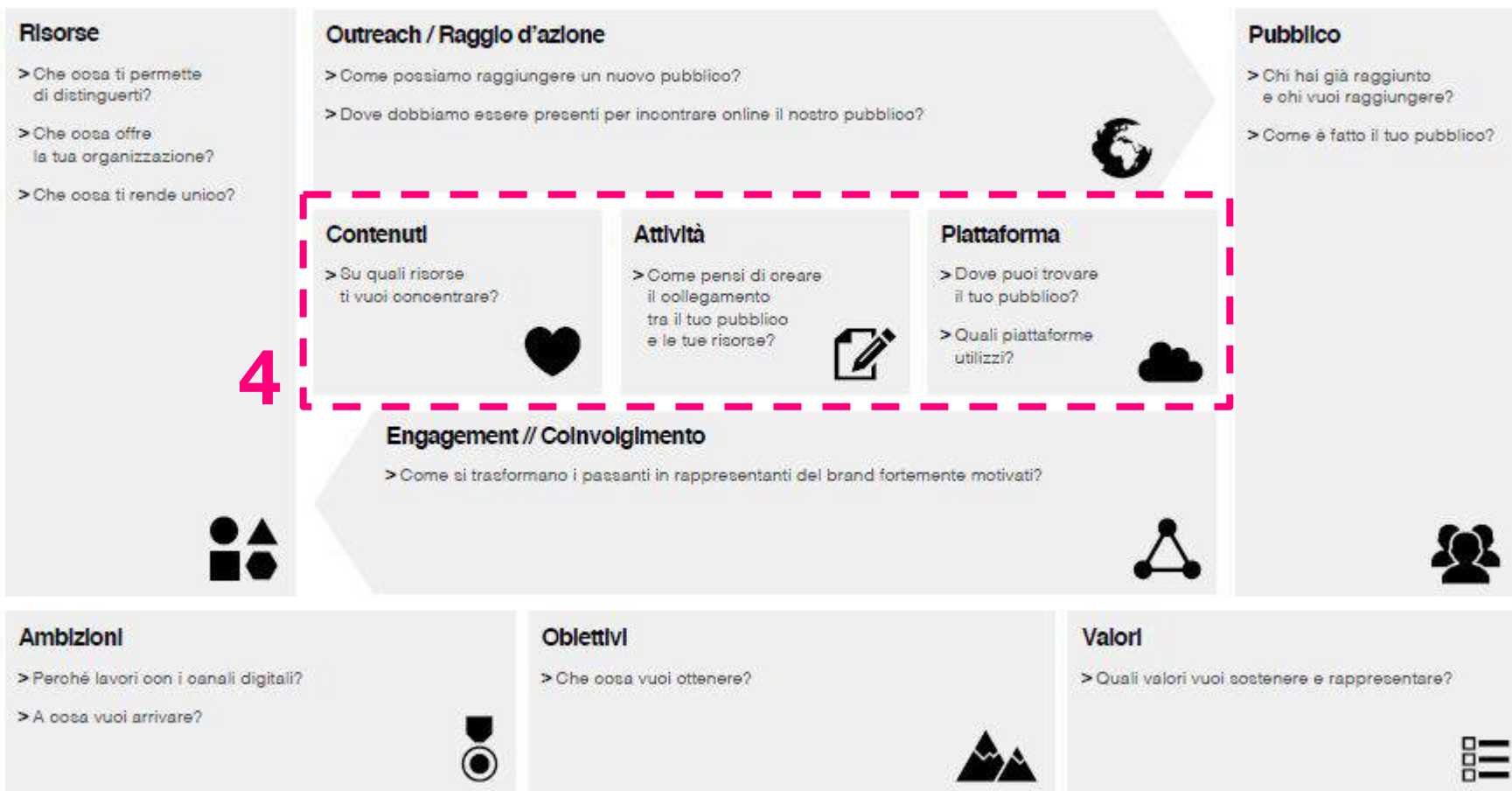
# Approccio strategico



# Approccio strategico



# Approccio strategico



**Risorse**

# Risorse

Che cosa rende un'organizzazione speciale?

**Competenze** specifiche? **Gentilezza** del personale?

Conoscere e parlare molte **lingue**?

Un **network** ampio?

**Prezzi** competitivi?

Una **collezione** unica? Un grande **archivio**?

Un buon **caffè**?

**Spazi** ampi e polivalenti?

**Wi-fi** gratuito?

# Risorse

Vediamo un esempio...

# Risorse



## Pecci ON

Un nuovo palinsesto di appuntamenti ONline e di conversazioni ONair, in attesa di riaprire le porte al pubblico

EVENTI / PECCION

9 novembre 2020 —  
in corso



# Risorse

Su quali risorse si basa questo progetto?

**Competenze** specifiche? **Gentilezza** del personale?

Conoscere e parlare molte **lingue**?

Un **network** ampio?

**Prezzi** competitivi?

Una **collezione** unica? Un grande **archivio**?

Un buon **caffè**?

**Spazi** ampi e polivalenti? Una **struttura architettonica** di pregio?

**Wi-fi** gratuito?

# Risorse

Su quali risorse si basa questo progetto?

**Competenze** specifiche

Conoscenza di **lingue**

Un **network** ampio

Un grande **archivio**

Spazi **polivalenti**

**Torniamo a lei...**



# Risorse

**Il Louvre è all'asta. Il miglior offerente si aggiudica una passeggiata sul tetto**

di Redazione



**Obiettivo:** reperire fondi per la realizzazione del *Louvre Museum Studio*, nuovo spazio per la formazione artistica e culturale.

# Risorse

Su quali risorse si basa questo progetto?

**Competenze** specifiche? **Gentilezza** del personale?

Conoscere e parlare molte **lingue**?

Un **network** ampio?

**Prezzi** competitivi?

Una **collezione** unica? Un grande **archivio**?

Un buon **caffè**?

**Spazi** ampi e polivalenti? Una **struttura architettonica** di pregio?

**Wi-fi** gratuito?

# Risorse

Su quali risorse si basa questo progetto?

Un **network** ampio

Una **collezione** unica

Una **struttura architettonica** di pregio

**Contenuti, canali, azioni**  
**scegliere, creare, organizzare**

# Canali, contenuti e azioni

Sono **il cuore della digital strategy**.

Un approccio strategico è fondamentale per orientarsi all'interno di quest'organo così complesso. Occorre:

- valutare e **scegliere** i contenuti (la collezione prima di tutto, ma c'è molto altro...)
- conoscere le **peculiarità dei canali** (nel nostro caso digitali)
- **adeguare** il contenuto a uno (o più) canali



# Infiniti contenuti

Da quando sono un problema?

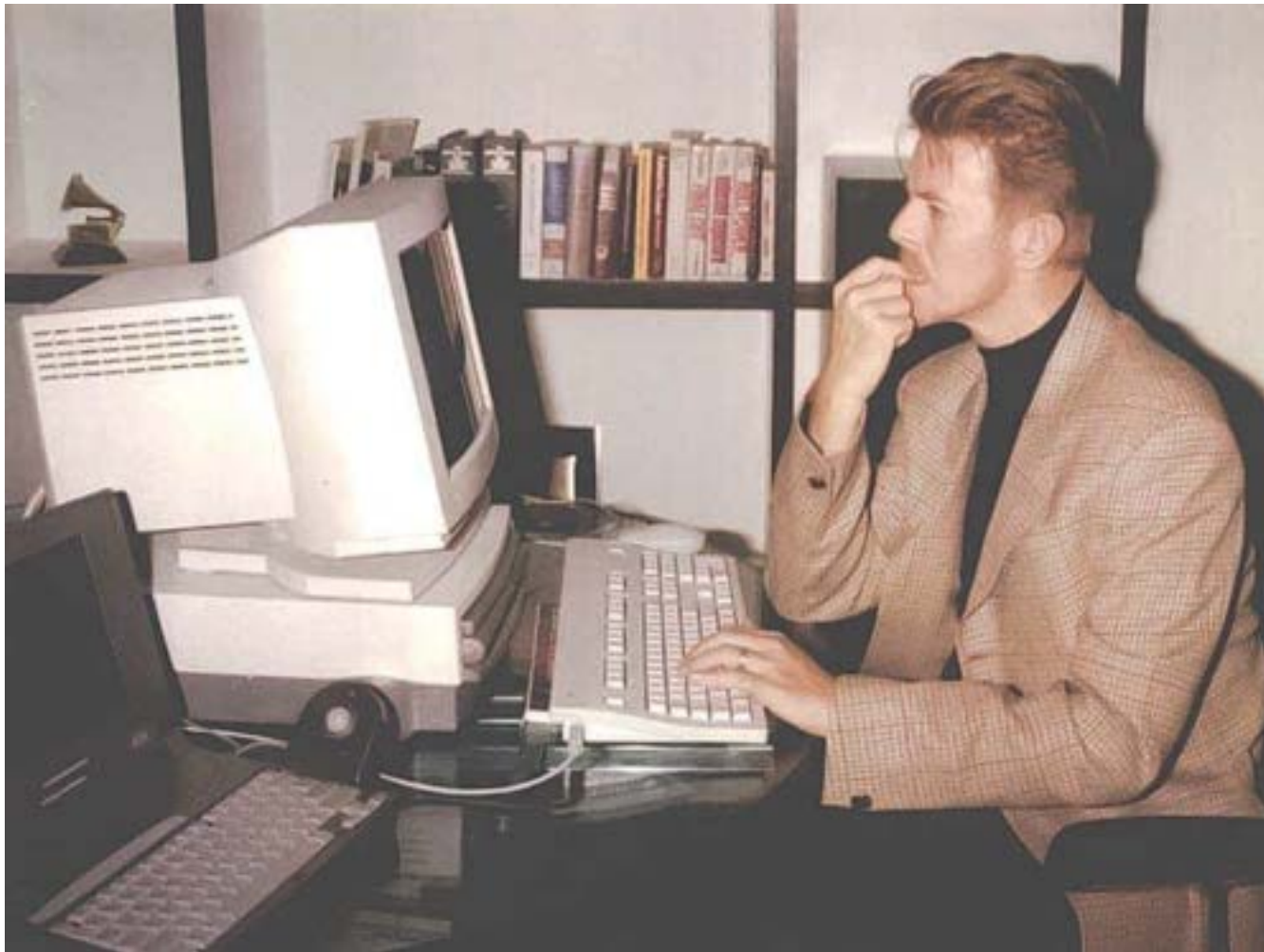


*The Tribuna of the Uffizi,*  
1772 - 1777

Jack London, Johann  
Zoffany - Royal Collection  
Trust

# Infiniti contenuti

Da quando sono un problema?



# Infiniti modi di raccontarli



*Cabinet of wonders*  
Zeppelin Museum Friedrichshafen

# Anche online. Dai Virtual tour

*Bilderatlas Mnemosyne, Aby Warburg*

2 [Virtual tour](#) - Warburg Institute, [Haus der Kulturen der Welt](#), Staatliche Museen zu Berlin  
/ [Gemäldegalerie](#)



# Ai podcast

*The Object*

[Podcast](#) by Minneapolis Institute of Art



# Fino alle library collaborative

## Lo vuoi accessibile? Fallo collaborativo!

Progetto *Tinkering at Home*  
[Exploratorium](#), San Francisco



Tinkering is an active, hands-on approach to discovering the richness and depth of the world around you—and it lends itself perfectly to the home environment, using materials and tools you might already have to explore everyday phenomena in surprising ways. Try this collection of invitations and resources to get started.

Share your creations with other tinkering explorers on social media using #TinkeringAtHome and the hashtags included in each invitation. We'll share playful tips, inspiring ideas, and delightful outcomes as tinkers around the world contribute their creations.

sketch  
pad

The Tinkering Studio Blog  
Get a behind-the-scenes look at activities and ideas we're exploring.

### Exploring Balance

Join us in playfully exploring balance and stability! Design whimsical sculptures by tilting, sliding, and suspending everyday objects and ordinary materials into surprising arrangements. Use the hashtag #ExploringBalance to share your ideas as you invent your own mobiles, stables, and balancing toys.



Coriellia connects us  
Stand for science and education with your gift of any amount.

# Ma anche “dietro le quinte”

*International Women's Day*

[Instagram stories behind the scenes](#), The National Gallery



**Canali**



# Channel mix

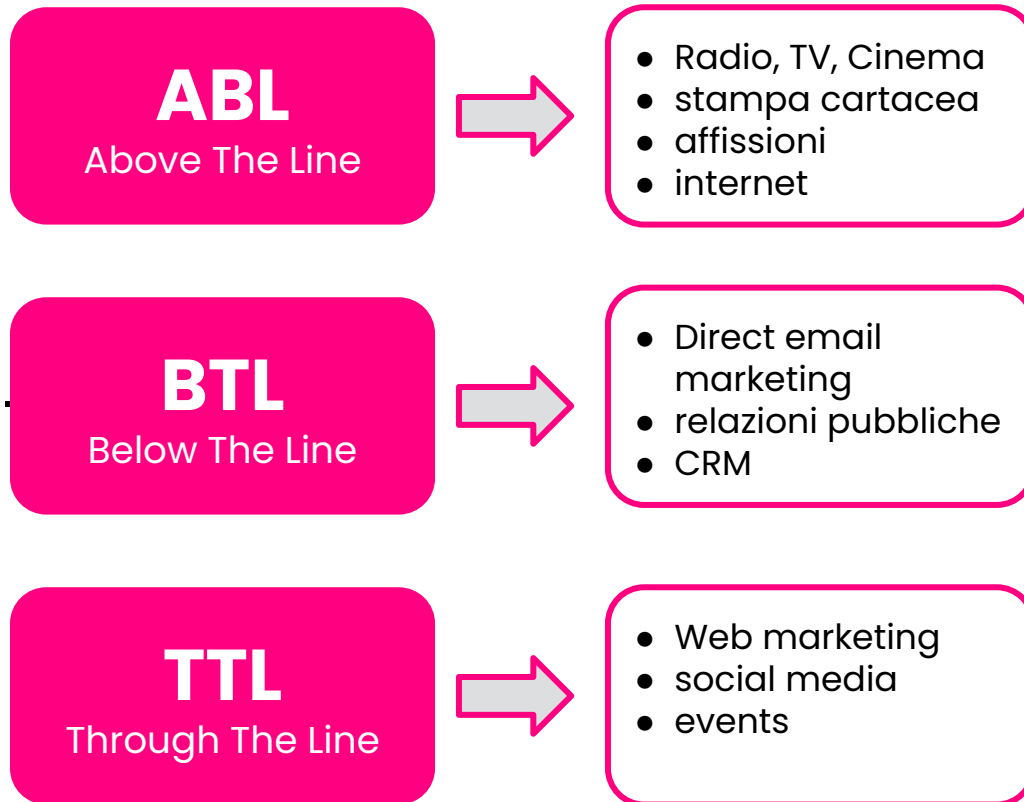
La scelta del giusto mix di canali a cui affidare la propria comunicazione è un momento cruciale di ogni digital strategy



A word cloud of digital marketing channels arranged in a triangular shape. The words are: blog, sito, social, podcast, webinar, stampa, Radio, and webtv. The word 'social' is the largest and most prominent, followed by 'sito'. The other words are smaller and arranged in descending order of size from top to bottom.

# Channel mix

Per ogni campagna pubblicitaria serve un piano mezzi. Dove vogliamo investire? Perché?



# Channel mix

Oggi il **continuum della comunicazione** rende difficile distinguere tra loro le azioni che si mettono in campo sui canali, ma anche capire come distinguere i canali dagli strumenti (prendiamo ad esempio i podcast, o i video su YouTube).

## **Content is queen**

E per fortuna l'approccio strategico ci aiuta a fare delle scelte consapevoli!

**è una questione  
di  
crossmedialità**

# Cross media

TRECCANI

## crossmediale

---

Lessico del XXI Secolo (2012)

---

Crea un ebook con questa voce | Scaricalo ora (0)

Condividi   

**crossmediale** agg. – Prodotto, storia, contenuto o servizio capace di viaggiare tra più piattaforme distributive e di incarnarsi su media differenti secondo le regole della convergenza. È ad esempio un film capace di farsi videogioco, sito web, telefilm, fumetto, ecc. In questo caso il prodotto, storia, contenuto diventano un brand.

# Cross media



(Z)ZeroCalcare

19 marzo alle ore 15:45

Ciao questo è un breve video esplicativo del perché non ricomincerò a fare i cartoni settimanali sulla quarantena; spoiler per chi non se lo vuole guardare: perché non ci capisco più un cazzo e non so bene che dire, per fortuna ho scoperto che non è vero che te ammazzano la famiglia e te levano i diritti civili se a volte stai zitto e non dici la tua.



0:44 / 2:19



129.139

Commenti: 5525 Condivisioni: 61.227

# Cross media

Nella comunicazione contemporanea la progettazione di contenuti che siano realmente pensati per essere efficaci attraverso diversi supporti, canali, device, non è più solo una buona abitudine, ma diventa un requisito fondamentale di **accessibilità** e di **impatto**.

# Cross media

Per una buona progettazione di contenuti cross-mediali bisogna valutarne la forma e la motivazione.

Facciamoci delle domande



# Cross media

La forma:

- Contenuti visivi
- Contenuti testuali
- Contenuti multimediali (audio, video, interattivo)

Il mio concept di comunicazione sopravvive a tutte le forme?

# Cross media

La motivazione:

- Contenuti di richiamo
- Contenuti di contesto
- Contenuti informativi
- Contenuti di approfondimento

# Cross media

Se la struttura dei contenuti è ben preparata sarà sempre facile trovare all'interno del mio **content kit** gli elementi chiave utili a riportare la comunicazione sui diversi canali.

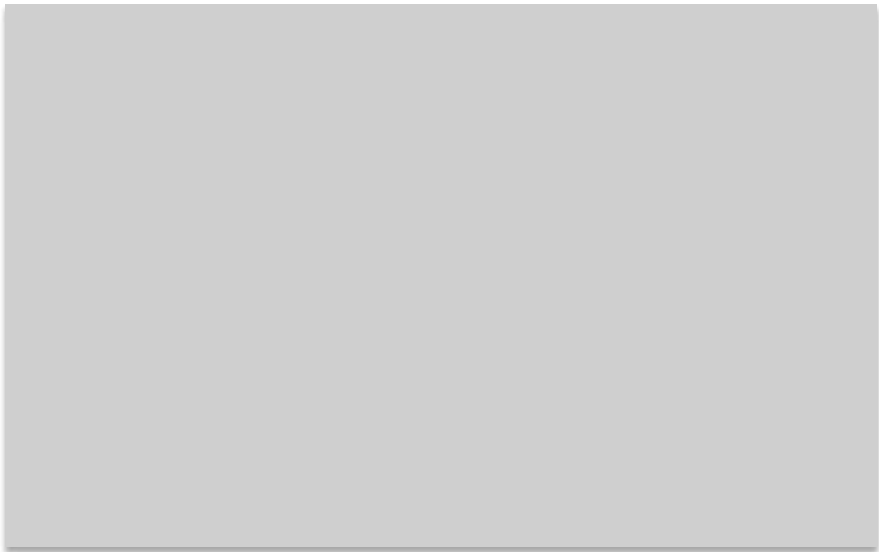
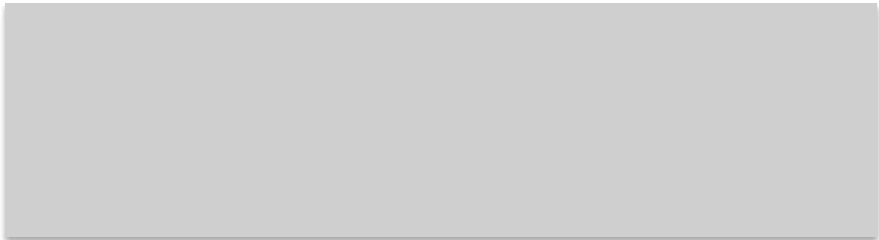
# Cross media

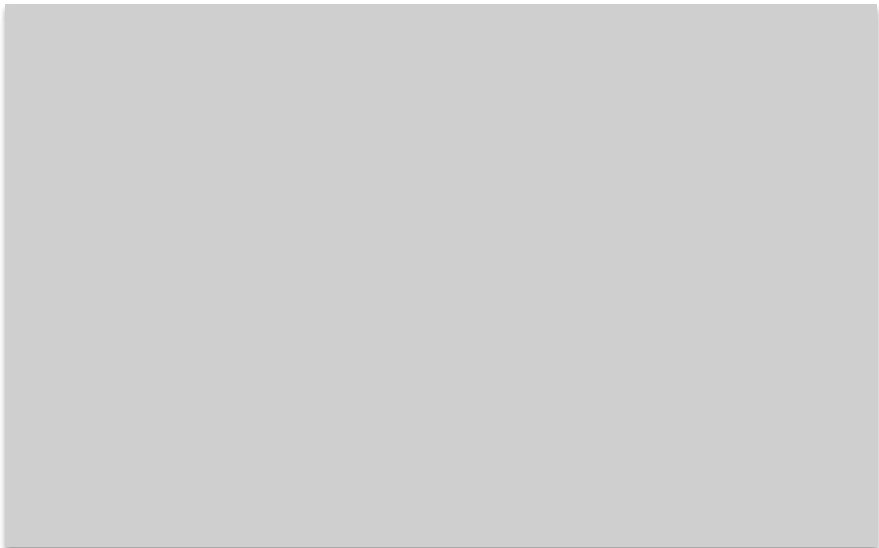
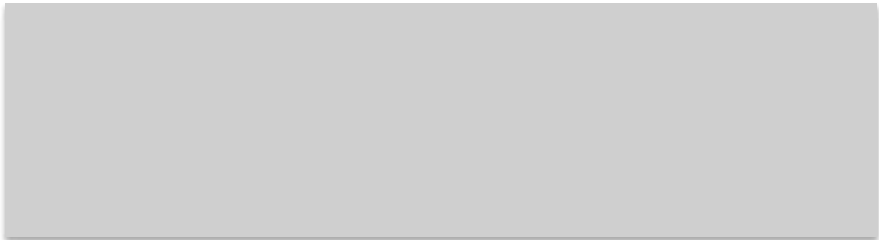
A prescindere dal supporto mediatico, il mio obiettivo strategico sui contenuti è di creare **un percorso coerente** di approfondimento che porti dal primo livello superficiale all'approfondimento.

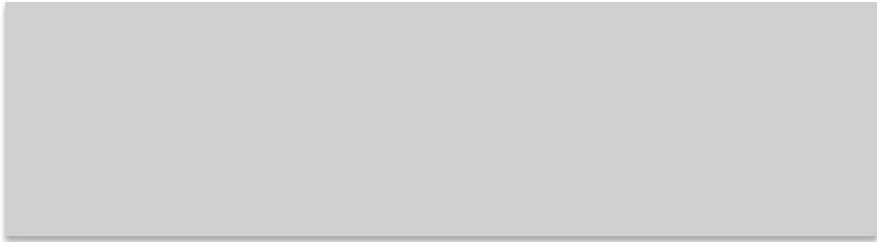
(E poi verso un nuovo contenuto, **no vicoli ciechi!**)

**PROGRESSIONE:** ricordate?

**Come si  
ragiona?**









# It's a long way to the top...

Ma ci siamo quasi!

Ora che abbiamo un po' più chiari i passaggi rispetto ai contenuti e agli strumenti necessari per arrivare in vetta (che si chiama *pubblicazione del post su Facebook* - o qualsiasi altro social network), passiamo alla **scelta del giusto channel mix** per il nostro progetto.

# **Cross media planning (i tempi...)**

# Cross media planning

## La dittatura del web

La comunicazione tradizionale - a partire dal passaparola - oggi non può permettersi di lavorare senza una **landing page** a supporto:

- Non c'è cartolina senza sito web
- Non c'è evento senza evento Facebook
- Non c'è convegno senza hashtag

# Cross media planning

## La dittatura del web

Questo vuol dire che per quanto io possa voler rilasciare un'informazione prima di tutto con un comunicato stampa oppure facendo partire una campagna di affissioni di 6x3...

...dovrò prima di tutto fare i conti con la mia presenza web o quantomeno far partire quel processo **prima degli altri**.

# Cross media planning

## Parentesi: la dittatura dei social

Occhio a non cadere però nella dittatura della moda (o della via più facile).

Se avere una landing page è obbligatorio, averla solo su un social network può essere **limitante** e **escludente** per il tipo di pubblico che cercate.

# Cross media planning

## Parentesi: la dittatura dei social

Oggi si pubblica una pagina web con un template Wordpress in pochi giorni, **basta lavorare bene sui contenuti**: non ci sono alibi che ci obblighino a usare sempre il solito evento Facebook.

# Cross media planning

## Enabling the contents

La pianificazione quindi inizia quando si progettano i contenuti per la comunicazione

- Pensare alle fasi di pre-produzione e alla loro durata: identità, brand, copy, art
- Progettare i contenuti già adatti ai vari canali che volete usare

> e al tempo stesso pensare alle fasi di pre-produzione come fasi **già comunicabili**.

# Cross media planning

## Fare a pezzi i contenuti e gli eventi

Non perdiamo opportunità di sfruttare contenuti, anche residuali.

Si possono trovare sfaccettature del proprio contenuto e parti del proprio evento adatti a target diversi e provare a comunicarli in maniera quasi diretta (pensiamo alle Insta Stories)

> Lavorate **di sponda** tra digitale e analogico!



**Come si fa?**

# La pianificazione

## Ripartiamo da qui

- la pianificazione giorno per giorno delle risorse
- la scelta dei principali strumenti di mediazione
- la gestione delle azioni di comunicazione
- la relazione con il pubblico su tutti i canali: reali e digitali

Da dove cominciare?

# Un metodo

## ⇒ **Il coinvolgimento dello staff**

Programmate riunioni periodiche di

- brainstorming sui contenuti
- decisioni strategiche per impostazione del piano editoriale
- confronto sui risultati

# Metodo

## Cercare, insieme, i contenuti migliori

Condividere con lo staff le linee strategiche di comunicazione, scegliere insieme i thread per i diversi canali.

Affidiamoci agli esperti!

# Metodo

## Prepararli

Dividetevi i compiti, se si può:

- chi fornisce i contenuti approfonditi,
- chi li elabora per adattarli ai diversi canali,
- chi programma e gestisce le interazioni sui social...

Non finite una riunione se non vi siete dati dei **tempi da rispettare**.

# Metodo

## Programmare e gestire le interazioni

Usate il piano editoriale, serve per **dosare** gli elementi e **tenere traccia**, per non dimenticarsi niente (Anche se il social media manager è solo e non deve condividere il piano con nessuno).

Individuate dei tempi di lavoro dedicati al piano, aiuta la programmazione.

Prevedete incontri periodici di aggiornamento con lo staff!

# Uno strumento

## ⇒ Il piano editoriale

Aprirete un file online (vi suggeriamo *fogli* di google drive), condiviso con altri membri dell'organizzazione, su cui impostare la distribuzione dei contenuti sui diversi canali

# Strumento

Gli ingredienti del piano editoriale



A word cloud of editorial ingredients. The words are arranged in a cluster, with 'Argomenti' being the largest and most prominent word at the bottom. Other words include 'Canale', 'Testo', 'Eventi', 'Link', 'Hashtag', and 'Mention'. The colors range from light purple to orange.

Hashtag  
Canale  
Link  
Testo  
Argomenti  
Eventi  
Mention





# Strumento

## Suggerimenti di utilizzo

- Pensate al piano come a un **palinsesto** televisivo: variate i contenuti, il tipo di messaggi, il tipo di canali
- Attenzione al **tono**: a canali diversi, toni diversi
- Attenzione ai **trend topic**, osservate gli altri e dimostratevi ricettivi, aumenterà la vostra autorevolezza e vi darà visibilità
- **Tenetevi pronti a cambiarlo** in tempo reale

# In sintesi



# La risorsa più preziosa

## La vostra community

Avete mai chiesto alle persone che gravitano attorno al museo di raccontarvi **cosa significa per loro** questo luogo?

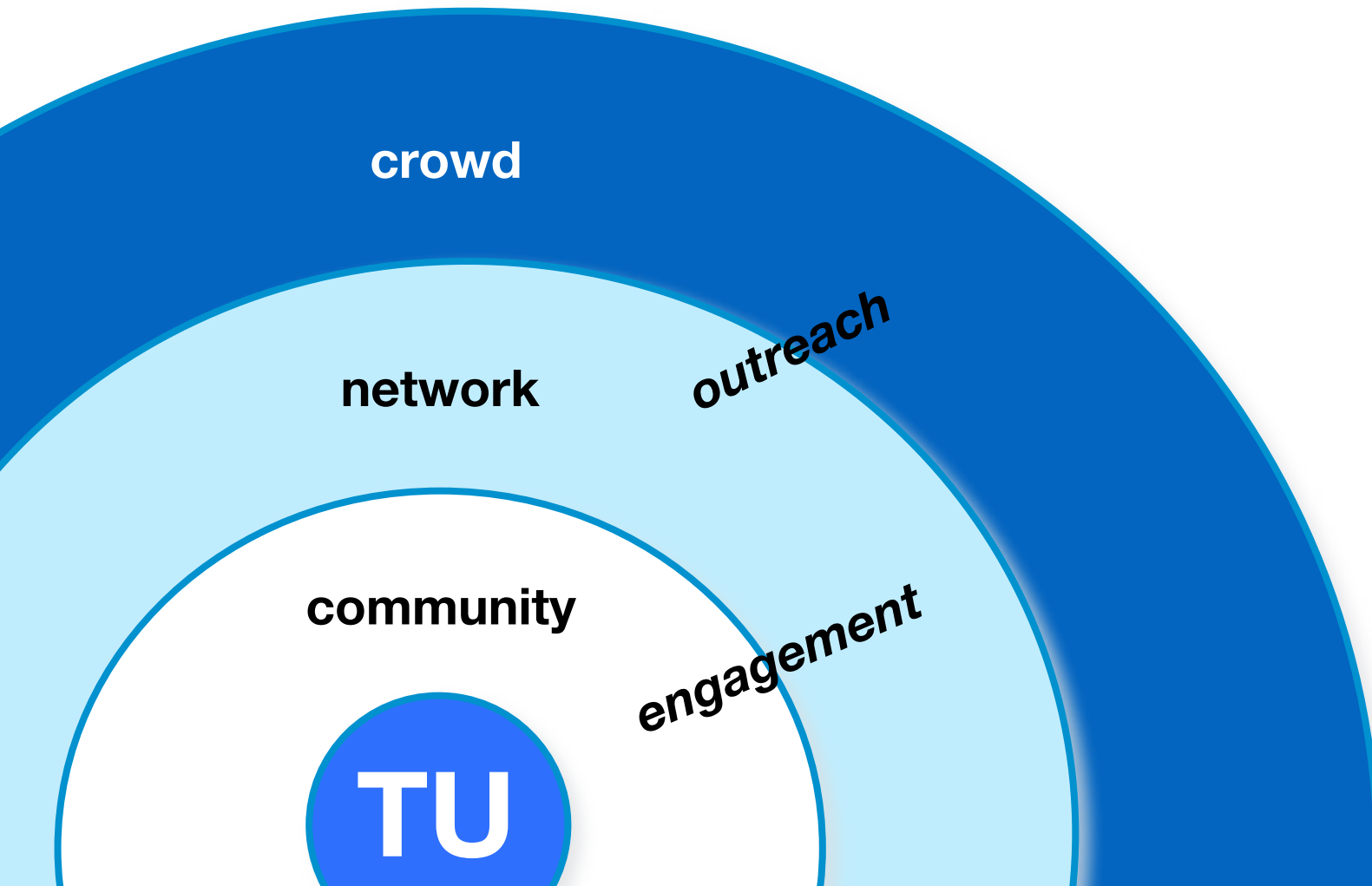
Potreste ricavarne:

- storie straordinarie (ma quotidiane, in cui riconoscersi)
- un pubblico fidelizzato pronto ad attivarsi

Sta a voi trovare il tempo del dialogo e dell'elaborazione...

# Audience development

Mappe e direzioni: gli stakeholder



# Activate...

## Un gruppo Facebook

# Ypsigrock

24<sup>th</sup> Edition

**5-8 AUGUST 2021**  
CASTELBUONO - SICILY - ITALY



Gruppo di Ypsigrock Festival

### Ypsi & Love

Gruppo Pubblico · 6076 membri



+ Invita

Informazioni

Discussione

Comunicazioni

Stanze e chat

Membri

Eventi


Media

File



# Activate...

## Un feedback form

 **Marcella Campo**  
Amministratore +1 · 2 febbraio 2020 · 3

**TOTO YPSI 20 UFFICIALE**  
[solo per gli iscritti di questo gruppo ❤️]

Sublimiamo anche quest'anno le vostre capacità divinatorie taggate "Desideri / Richieste / Sogni / Profezie", lanciando il Toto Ypsi #20 ufficiale.

Per chi fosse nuovo, ripassiamo le **regole del gioco**:

- salva questa immagine sul telefono (scaricala ad una qualità decente cliccando qui: <http://ypsi.link/totoypsi20>)
- apri Instagram e usa l'immagine come sfondo per una storia
- compila la schedina con i tuoi nomi papabili per il primo annuncio che faremo mercoledì 5
- tagga @ypsigrock nella tua storia (se non ci tagghi non la vedremo e quindi non potremo validare la schedina - idem se ci tagghi ma hai il profilo privato, quindi in tal caso mandaci uno screenshot della storia su Instagram).

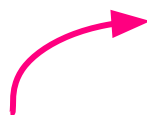
**ATTENZIONE**

- Si può compilare solo una schedina a testa. Avete una sola possibilità. Quindi giocatevela bene.
- Le schedine nelle stories devono essere condivise entro e non oltre le 11:00 del 5 febbraio.
- se inserite un artista già passato sotto le grinfie dell'Ypsi Once, siete fuori gioco per direttissima (tutti gli artisti già passati a Ypsi sono riportati nella bio della nostra pagina FB e inoltre da qualche settimana abbiamo anche la nuova sezione "edizioni passate" sul sito: [http://ypsi.link/edizioni\\_passate](http://ypsi.link/edizioni_passate)) **non avete scuse per essere impreparati.**

**PREMIO**

- Vince chi indovina più nomi e come minimo deve azzeccarne 3 tra quelli che saranno comunicati nel primo annuncio mercoledì 5 febbraio (per gli eventuali complottisti all'ascolto li fuori: ovviamente i nomi che annunceremo il 5 sono già ampiamente definiti, non si improvvisano sul momento).
- Cosa si vince? Un abbonamento per 2 persone per [#ypsi21](#) (così sarete nostri anche il prossimo anno)

Stupiteci.



**Ypsigrock**  
24<sup>th</sup> Edition  
6-9 AUGUST 2020  
CASTELBOLOGNESE - SIELLO - ITALY

**Toto Ypsi #20**  
guess who?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_

• #ypsi20

👤 Francesco Abela, Fabio Nirta e altri 49

Commenti: 62

# Activate... un hashtag, e...

5 febbraio 2020 ·  

Ragazzi, al di là di chi indovinerà più YpsiMusicisti, **complimenti** a chi ci ha coinvolto nel TotoYpsi 2020. È stato incredibile poter determinare con voi la line up del prossimo Ypsi. Grazie!  
Questa la mia YpsiClassifica che condivido con voi 🍷






**Ypsigrock**  
24<sup>th</sup> Edition  
6-9 AUGUST 2020  
CASTELBUONO - SICILY - ITALY

**Toto Ypsi #20**  
guess who?

1. SLOWDIVE
2. LONDON GRAMMAR
3. BON IVER
4. BIG THIEF
5. NICK CAVE
6. SHARON VAN ETTEN
7. THE RESCUES
8. RY X
9. EX: RE
10. LIZ PHAIR


 Francesco Abela e altri 22 Commenti: 2

 Mi piace  Commenta  Condividi

21 febbraio 2019 ·  

Come ogni anno, il GIOCO del #totoypsi ha fatto più vittime che vincitori 🤔 Ma è giusto così, è nello spirito e vocazione di Ypsigrock sorprendere col suo mix di nomi sognati, semiconosciuti e inimmaginabili... (+ il magico TBA)

Un po' mi mangio le mani per le Let's Eat Grandma che avevo in prelista, ma sono contento di aver beccato un nome meno conosciuto come WWWater (Charlotte Adigéry): per contrapposizione mi merito una birra 🍷 offerta 🍷



**Ypsigrock**  
23<sup>th</sup> Edition  
8-11 AUGUST 2019  
CASTELBUONO - SICILY - ITALY

**TOTOYPSI19**  
**THE NATIONAL**  
+  
**(GUESS WHO?)**

1. Toro y Moi
2. Methyl Ethel
3. TVAM
4. Empress Of
5. Charlotte Adigéry
6. Homeshake
7. XIXA



# Activate... un hashtag, e...

5 febbraio 2020

Anche quest'anno il nostro #totoypsi è pronto.  
(Magari per il prossimo facciamo un upgrade e scommettiamo anche panini con la salciccia)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
<b>#TOTOYPSI2020</b>											
	Eleonora	Manna	Benedetto	Matteo	Jacopo	Solovetro	Aria	Giulia	Giuseppe	Albino	
Jungle	x							x			
chromatics	x										x
Bleed kll	x	x									
Soyl	x										
So hrrigs			x					x	x	x	
Phoenix			x								x
Slowdive								x			
Porquei Courts			x								
Foals										x	
Julia Jacklin			x								
DIY	x										
cage the elephant										x	
Mac Demarco			x								
Lrd	x		x								
EEIS			x								
King gizzard & the lizard wizard							x				
Serj					x						
Node Surf		x									
OTD sluke	x				xx						
Lee Harvey						x					
the murder capital			x				x				
Eugene post meridian	x										x
Ghezz	x										
Venera	xx										
Idles										xx	
bible with										x	
Agnere D'Anzio										x	
Nova											xxx
Riles											xxxx
SUFIAN STEVENS		xx									
Bright eyes		xx									
little simz											x
black mid											x
cutfish and the bottle man											x
art parka											x
mura mura											x
Ciao							x				
tot birre		10	10		4	3	1	1	4	2	8
birre 2019		4				1			3		11

10 Commenti

28 marzo 2018

**ANSIETTA E TOTOYPSI.**  
un paio di nomi a testa nei commenti per vedere chi ci prende, stomaco chiusissimo con il maestro dell'ansia [Andrea Fuàgidezza](#).

19 Commenti

Visualizza altri 9 commenti

Tutti i commenti

Raga basta citare i Grizzly, non giocate coi miei sentimenti, senò finisce come per i War On Drugs 🙄

Mi piace · Rispondi · Condividi · 2

Ho scritto i miei nomi con gli occhi chiusi e li ho chiusi in una busta ceralaccata a dopo per gli esiti della mia gufata

Mi piace · Rispondi · Condividi · 2

The tallest man on earth e Foals 🙄

Mi piace · Rispondi · Condividi · 2

FOALS non possono venire per rispetto al gruppo Foals At Ypsigrock.

Mi piace · Rispondi · Condividi · 2

Slowdive e Ryley Walker in the chiostro

Mi piace · Rispondi · Condividi · 2

HOT CHIP o SOULWAX 🙄

Mi piace · Rispondi · Condividi · 2

bello questo 2007 ❤️ e di nuovo? 🙄

Mi piace · Rispondi · Condividi · 2



will be a Ypsi-less summer.

**Domande?**

**Grazie!**



Elena Bertelli  
elena@bamstrategieculturali.com



[bamstrategieculturali.com](http://bamstrategieculturali.com)