Expo2015 Strategia Social Media





I social media sono lo strumento più importante per la comunicazione di un evento internazionale come Expo 2015



Obiettivi: cosa vogliamo ottenere?

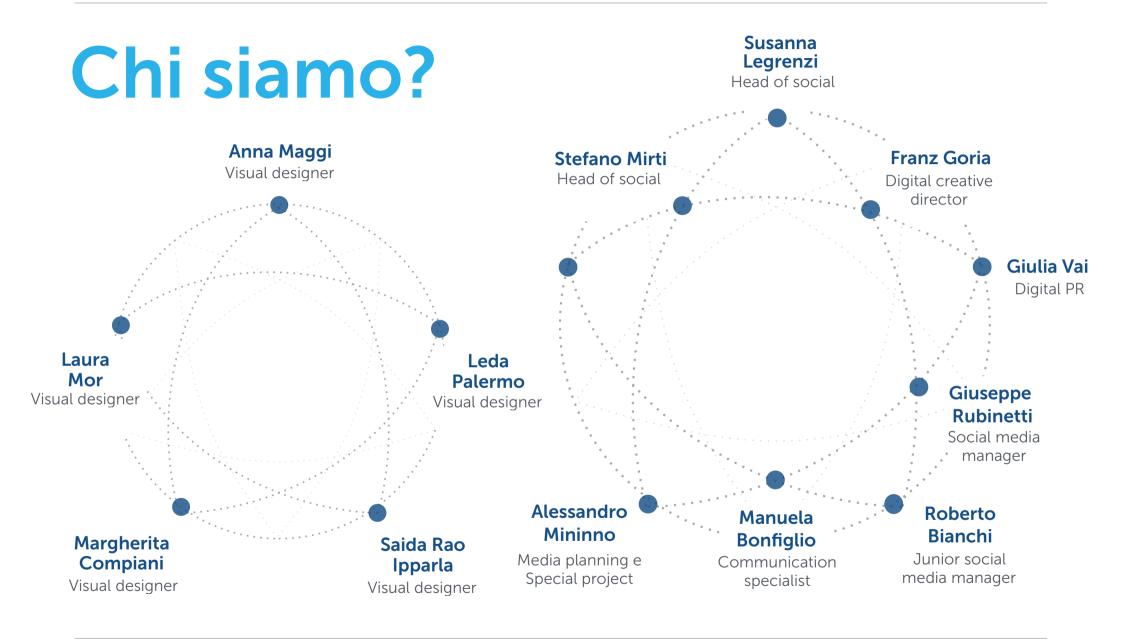
- O Brand awareness
- O Informazione sull'evento
- O Interazione con visitatori potenziali e attuali
- Rilevazione del sentimento dell'opinione pubblica



Strategie: come raggiungiamo gli obiettivi?

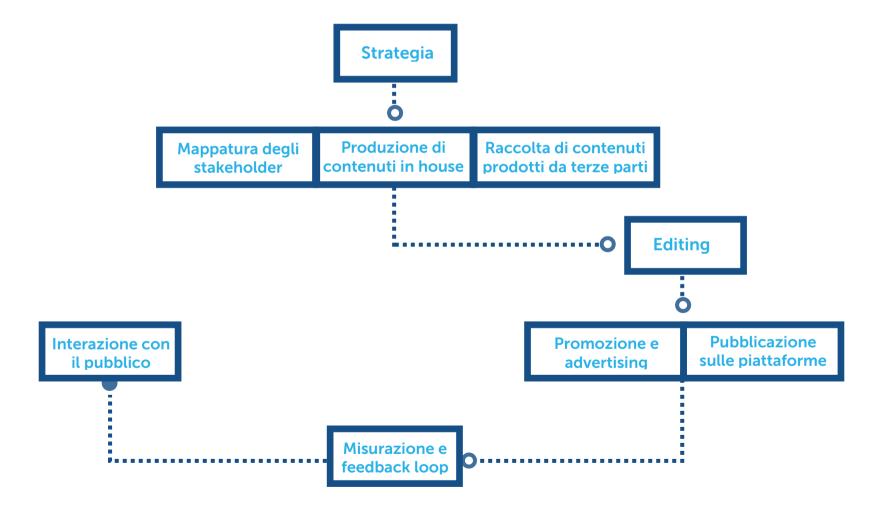
- O Presidio delle piattaforme più diffuse
- --- O Produzione di contenuti
- O Attivazione di terze parti per la produzione di contenuti originali
- ····O Gestione delle community







Cosa fa il team Social media?





Piattaforme e obiettivi

Piattaforma	Contenuti	Pressione	Obiettivi	Goal	Status	
Facebook	News su Expo Contenuti branded Contenuti originali	11 contenuti al giorno in doppia lingua	Brand awareness Comunicazione con cliente finale	700k fan	300k fan	
Twitter	News su Expo Contenuti branded Contenuti originali Interazione	8 contenuti al giorno in doppia lingua	Brand awareness Media relation	150k follower	220k follower	
Instagram	Contenuti iconografici su Expo e sulle Expo Vintage	1 contenuto al giorno per ogni account (2 account)	Brand awareness Comunicazione con cliente finale Conversazione	-	16k follower totali	
Pinterest	Contenuti sui temi di Expo Content curation	Pubblicazione quotidiana (1.000 immagini al mese)	Brand awareness su pubblico femminile Generazione di traffico	5k follower	7k follower	
Tumblr	7 Tumblr tematici	Pubblicazione quotidiana	Brand awareness Pubblicazione di contenuti specifici (partner)	-	-	



Piattaforme aggiuntive

Piattaforma	Contenuti	Pressione
Social media hub	Aggregatore di contenuti dagli altri social	Aggiornamento automatico, continuo
Website socialmediaexpo2015.com	Punto di riferimento del social media team	Aggiornato quando necessario
Slideshare	Report sull'attività social Documenti di strategia e indirizzo	Utilizzo all'occorrenza
Linkli.st	Raccolta di link su press riguardante i social	Utilizzo all'occorrenza
Urlist	Raccolta di link di riferimento	Aggiornamento quotidiano



Piattaforme in real life

Piattaforma	Contenuti	Goal	Attività
Workshop Expo Gate	Workshop su contenuti collegati al tema di Expo e ai social media	1 al mese	5 workshop realizzati con una media di 40 partecipanti
Expo in viaggio	Workshop itinerante sui contenuti di Expo, in collaborazione con Giacomo Biraghi	circa 4 al mese	5 workshop realizzati in 5 città



Progetti attivi

Progetto	Cos'è	Status
Book	Una raccolta di libri, saggi, illustrati, pubblicazioni a carattere scientifico. Per una piccola biblioteca ideale che offre uno sguardo trasversale attorno ai temi di Expo 2015.	Pubblicati con cadenza settimanale sui social network di Expo
Quote	Una collezione di pensieri brevi impaginati con un visual profilato ai Social Media.	Pubblicati con cadenza settimanale sui social network di Expo
Cluster Game	I Cluster Expo 2015 raccontati con un sistema di domande e risposte tra scienze, storia, geografie, costume. Ad accompagnare il game,	Pubblicati con cadenza settimanale sui social network di Expo
Hashtag	Una collezione di case history che tratteggiano nuovi scenari sui temi di Expo 2015: dalla ricerca scientifica al cibo, dalla sostenibilità alle tecnologie, allo spreco alimentare.	Pubblicati con cadenza settimanale sui social network di Expo
Number	Numeri, metriche e statistiche in tema di nutrizione, risorse, sostenibilità, innovazione.	Pubblicati con cadenza settimanale sui social network di Expo
People	I volti, i progetti. Expo2015 raccontata in prima persona da chi lavora giorno dopo giorno per il successo dell'evento. Dal personale alle delegazioni dei Paesi, ai Partner, ai protagonisti dei Progetti di Inclusione, fino agli user che hanno una storia da condividere.	Pubblicati con cadenza settimanale sui social network di Expo



Progetti attivi

Progetto	Cos'è	Status
Call to action Milano 101	Una Call to Action internazionale in collaborazione con Instagramers Italia e le organizzazioni del Terzo Settore aderenti a Expo2015. Protagonista, la community di instagramers mondo, invitata a condividere come/dove/con chi trascorre la "Pausa Pranzo".	Da attivare
Call to action Lunchbreak	Progetto per la valorizzazione di Milano: un gioco collettivo su Facebook e Twitter per individuare 101 "motivi" per visitare la città di Expo 2015. Completa il filone di storytelling, un website di forte impatto visivo: un grande album fotografico come veicolo di informazione e promozione del territorio.	Da attivare
Co design Welcome to Italy	Un progetto per valorizzare il patrimonio italiano. Un "Grand Tour" sulle autostrade virtuali del XXI Secolo con oltre 200 tappe, illustrate da altrettante "cartoline" storiche dall'Italia in viaggio che invitano la community a suggerire mete e condividere esperienze. In collaborazione con Touring Club Italiano.	In corso
Co design Belvedere in città	L'avanzamento del Cantiere Expo 2015 documentato via drone, in collaborazione con Tim4Expo. Il girato settimanale - circa 45 min - è messo a disposizione per eventuali progetti di comunicazione istituzionale.	In corso



Progetti attivi

Progetto	Cos'è	Status
Co Design Italia a tavola	Social Media, community e Food Experience: viaggio tra le eccellenze alimentari italiane, attraverso il racconto di 266 prodotti certificati. Il progetto è in collabora- zione con consorzi e distretti del sistema Doc, Dop, Docg	Da attivare
Co Design Notte bianca cinema italiano	I 100 film che ci hanno emozionato: un live twitting dedicato al grande cinema italiano in occasione del Festival Internazionale del Cinema di Roma. La "Notte Bianca" - in collaborazione con Short Food Movie - coinvolgerà nel gioco la community e una serie di testimonial.	Concluso
#100thingsToDo	Un progetto per valorizzare gli Ambassador di Expo. Ogni Ambassador ci suggerisce cose da fare, libri da leggere, posti da vedere in vista di Expo 2015.	Attivo
Gioco paesi	Un gioco, veicolato sui social di Expo, in cui le persone si sfidano sulla base della loro conoscenza dei Paesi partecipanti a Expo	Da attivare



I social prevedono un piano editoriale che prevede circa 60 unità di contenuto al giorno per la maggior parte sviluppati in-house. Circa il 50% di questi contenuti sono in doppia lingua.



Piano editoriale

LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB	DOM
PADIGLIONE	CLUSTER	PADIGLIONE	CLUSTER	PADIGLIONE	DAILY NEWS	DAILY NEWS
DAILY NEWS	DAILY NEWS	DAILY NEWS	DAILY NEWS	DAILY NEWS	LABEXPO / WE / FEEDING	LABEXPO / WE / FEEDING
PEOPLE	AMBASSADOR EXPO	PEOPLE	AMBASSADOR WE	EXPO ITINERARI TEMATICI	QUOTE	MASCOTTE
Cyconolispan fluores SCUOLA	Constitution of Restree	CANTIERE	"IL38,4% DEL MAIS CONTROL BUILD MAIN HORS MAIL MORNING HORSE MAIL MORN	PEOPLE	BOOK	HASHTAG
CANTIERE	EXPO VINTAGE	Control to a Charles AZIENDE	EXPOGATE	PARTNER	PINTEREST	PINTEREST
000 () O O O O O O O O O O O O O O O O O O	TO DE SECONDO	20 0	O North Salana	277 0 50000	STOP O STATE OF THE STATE OF TH	127 6 Term Administra
WELCOME TO ITALY	WELCOME TO ITALY	WELCOME TO ITALY	WELCOME TO ITALY	WELCOME TO ITALY	WELCOME TO ITALY	WELCOME TO ITALY



Attività del team

















Expo2015Milano Expo2015Milano.it



TWITTER

expo2015milano



INSTAGRAM

expo2015milano expovintage/



TUMBLR

expo2015book
expo2015quote
expo2015number
expo2015hashtag
expo2015people
expo2015cluster









library/expo2015milano



SLIDESHARE

expo2015milano expo2015milano report



WEB

socialmediaexpo2015.com socialmediaexpo2015.com /workshop/ socialmediaexpo2015.com /expoinviaggio/



GRUPPI

groups/705481589518382/ groups/expoinviaggio/ Expostories

Expo 2015 Social Media Team

Credits

Susanna Legrenzi e Stefano Mirti

Direzione e Strategie

Franz GoriaDigital Art Director

Alessandro MininnoSenior Consultant Web Marketing

Contatti socialmedia@expo2015.org