

# Modulo: Ricercare contenuti digitali

# Introduzione



Lo scopo di questo modulo è quello di andare alla scoperta di alcune idee e strategie pratiche per creare contenuti digitali che suscitino l'interesse del tuo pubblico di riferimento.

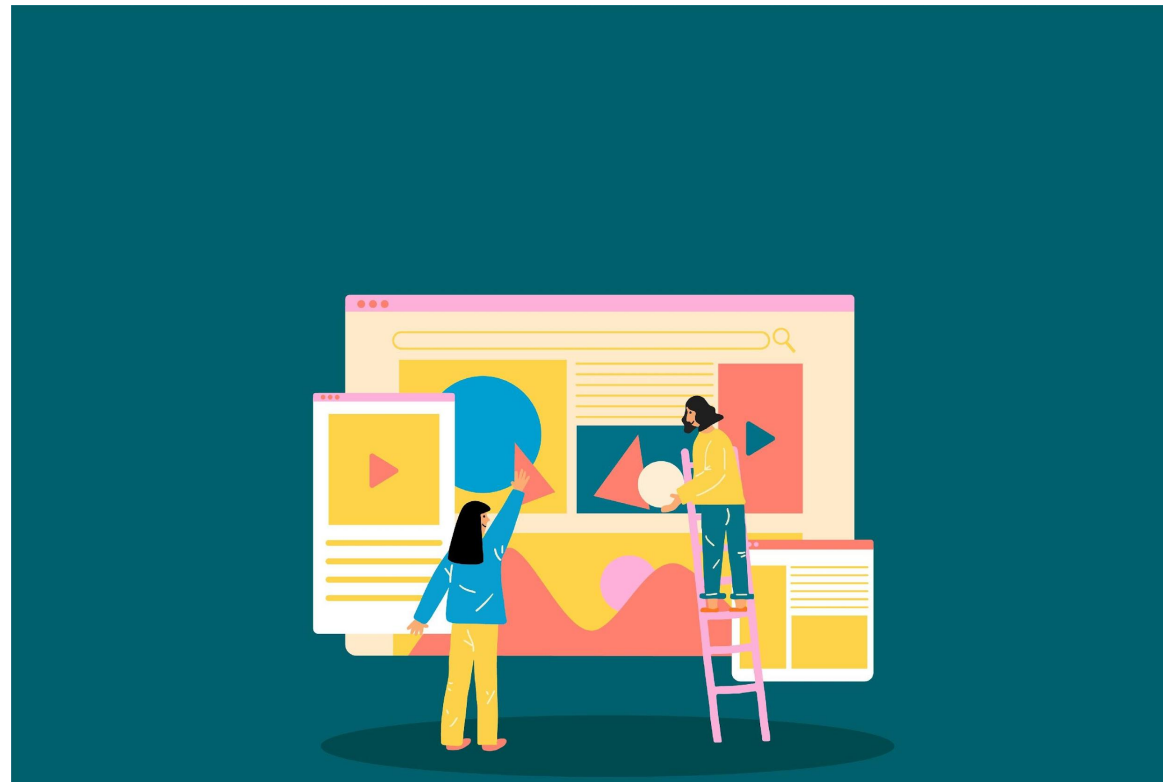
# Obiettivi di apprendimento

- Comprendere l'importanza dei contenuti digitali per le imprese contemporanee.
- Imparare a individuare le esigenze e le preferenze del proprio pubblico di riferimento.
- Imparare a condurre delle ricerche e individuare i contenuti più adatti.
- Sviluppare delle strategie per far interagire le persone con i contenuti ideati.

# Cominciamo!



# Ricerca contenuti digitali



# Concetti chiave

- ❖ Contenuti digitali
- ❖ Ricerca
- ❖ Pubblico di riferimento
- ❖ *Engagement* o coinvolgimento
- ❖ Distribuzione dei contenuti

# Contenuti digitali

- L'espressione di riferisce a diversi prodotti creati e condivisi online.
- I contenuti digitali non sono altro che testi, immagini, video e altri prodotti multimediali.
- Sono creati con diversi scopi come fornire informazioni, promuovere merci o servizi.
- È possibile accedervi attraverso diverse piattaforme, tra cui siti web, social media e applicazioni.



# Ricerca

- è il processo mediante il quale si raccolgono e si analizzano le informazioni allo scopo di conoscere meglio le esigenze e le caratteristiche del pubblico di riferimento.
- Implica la raccolta di dati da fonti differenti.
- Aiuta le organizzazioni a compiere decisioni consapevoli riguardo alle loro strategie di marketing, allo sviluppo di prodotto e ai servizi alla clientela.





# Pubblico di riferimento

- L'espressione si riferisce al gruppo di persone interessate al tuo prodotto o servizio.
- Può essere definito in base a fattori demografici come il genere, il grado di istruzione, nonché aspetti psicografici, come i valori e lo stile di vita.



# Engagement o coinvolgimento

- Si riferisce al modo in cui il pubblico interagisce e risponde ai contenuti digitali.
- Comprende azioni come commentare, condividere e ripostare.



designed by freepik.com

# Distribuzione dei contenuti

- L'espressione si riferisce al processo di condivisione dei contenuti digitali attraverso i diversi canali digitali, quali i social media e le email.
- Aiuta a raggiungere un pubblico più ampio e ad aumentare la visibilità del marchio.
- Richiede diverse strategie di distribuzione a seconda della piattaforma, del pubblico di riferimento e degli obiettivi del contenuto.



Ti ringraziamo per la tua  
attenzione!

# Un approfondimento sui contenuti digitali



# L'importanza dei contenuti digitali

Le organizzazioni creano e distribuiscono contenuti digitali per:

- ✓ entrare in contatto con la propria clientela;
- ✓ lavorare sulla consapevolezza del marchio;
- ✓ coinvolgere la clientela e aumentare le vendite.



# Diversi tipi di contenuti digitali

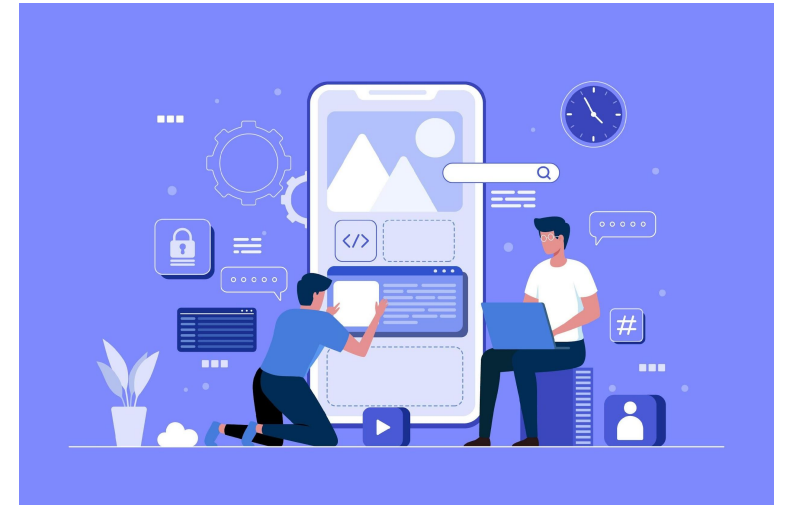
- articoli,
- post sui blog,
- aggiornamenti sui social media,
- infografiche,
- video,
- podcast,
- e-book,
- libri bianchi



# Accesso ai contenuti digitali

È possibile accedere ai contenuti digitali utilizzando diverse piattaforme:

- siti web,
- social media,
- blog,
- applicazioni.





# Metodi di ricerca

Le organizzazioni possono servirsi di diversi metodi di ricerca per raccogliere dei dati sul proprio pubblico di riferimento, tra cui:

- sondaggi online,
- interviste,
- focus groups,
- analisi delle statistiche dei siti.



# Analizzare i dati

I dati raccolti devono essere analizzati allo scopo di individuare:

- ✓ *pattern* ricorrenti,
- ✓ tendenze,
- ✓ Informazioni utili.



# “A chi è rivolto questo messaggio?”

Riflettendo su questa domanda, potrai trovare degli indizi sui contenuti a cui il tuo pubblico di riferimento potrebbe essere interessato e, di conseguenza, individuare una delle componenti necessarie per trovare un pubblico di riferimento.



# Social media e target di riferimento

- Twitter
- Facebook
- LightLine
- Instagram



# Misurare l'*engagement*

È possibile misurare e analizzare l'*engagement* utilizzando diversi strumenti, quali:

- ✓ statistiche sui social media;
- ✓ traffico sul sito,
- ✓ dati sull'apertura delle email.



# Aumentare l'*engagement*

- Crea contenuti interessanti, di qualità e adatti alle esigenze e ai gusti del tuo pubblico di riferimento.
- Cerca di promuovere sempre il coinvolgimento del pubblico di riferimento.

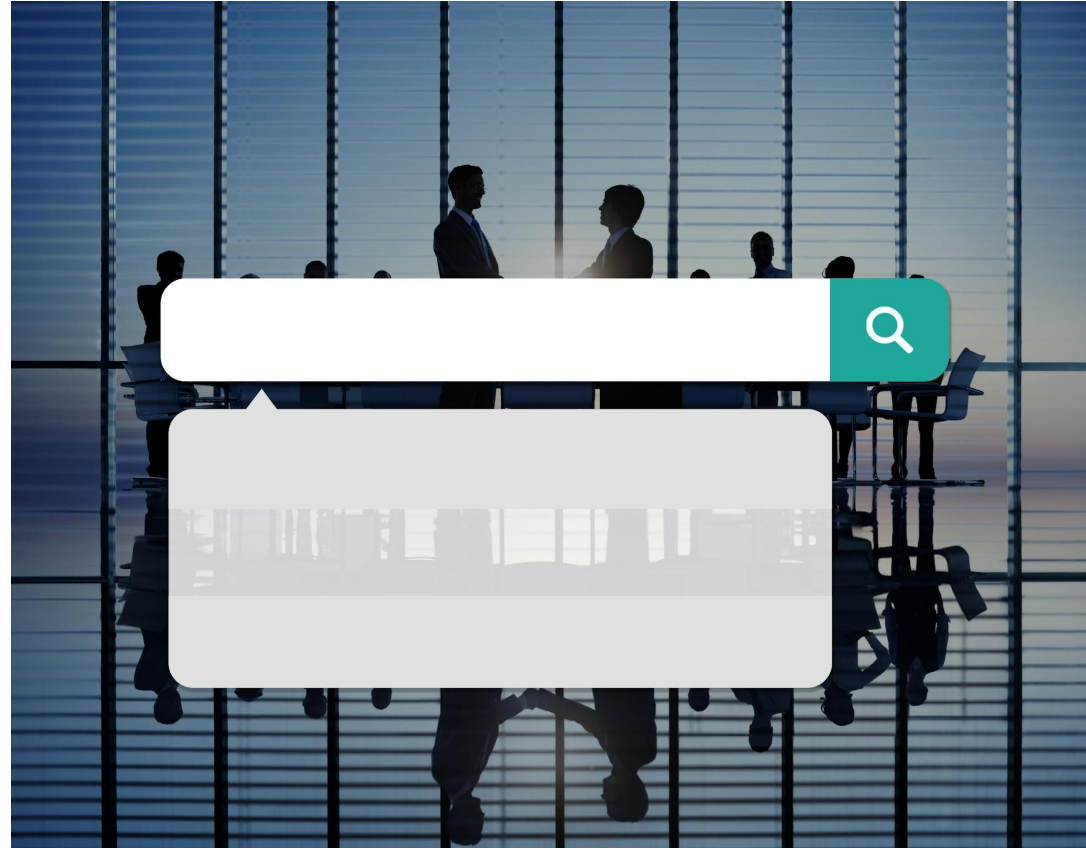


Ti ringraziamo per la tua  
attenzione!

Come puoi cercare dei contenuti digitali che dimostrino la tua affidabilità e autorevolezza?



# 1 Esercitati!



Comincia da Google Search

# 2 Esercitati!



Cerca gli hashtag su X

# 3 Esercitati!



Leggi i contenuti delle aziende concorrenti

# 4 Esercitati!



Utilizza Google Scholar

# 5 Esercitati!



“Ruba” le parole chiave delle aziende concorrenti con Screaming Frog

Ti ringraziamo per la tua  
attenzione!