

Supported by



This activity has received funding from the European Institute of Innovation and Technology (EIT), a body of the European Union, under the Horizon 2020, the EU Framework Programme for Research and Innovation



Gli strumenti della comunicazione

Elementi di base

Milena Bigatto HIT - E-M@S project

Comunicazione off-line

Elementi indispensabili in una locandina

1. Il nome dell'evento
2. La data dell'evento
3. L'orario di inizio (e di fine) dell'evento
4. Il nome della location, specificando sempre anche l'indirizzo
5. Il nome dell'ente o della persona che organizza
6. Un contatto di riferimento, che può essere un sito web o una pagina Facebook dedicata, oppure il tuo numero di telefono
7. I loghi degli enti coinvolti a vario titolo nell'evento



Strumenti software I



- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator (più difficile da utilizzare per un utente medio).

Problemi

- A pagamento
- Complessi da usare



- Corrispettivo open source di Photoshop si chiama Gimp
- Corrispettivo open source di Illustrator si chiama InkScape.

Problema

- Complessi da usare





Google Slides

Strumenti software II

Per prodotti molto base

- Se avete il pacchetto Office PowerPoint.
- Google slide (Se avete un account google)

Software semplici da usare e gratuiti almeno nella versione base

- Canva.com
- Crello.com (<https://crello.com/home/>)
- Genially (<https://www.genial.ly/en>)
- Design Wizard (<https://www.designwizard.com/>)
- Gravity Klex (<https://klex.io/>)
- Stencil (<https://getstencil.com/>)



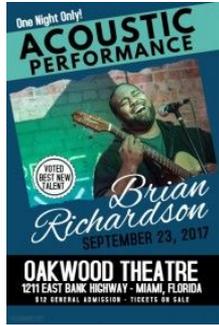
crello



genially



DOVE E COME distribuire il poster, volantino, cartolina... I



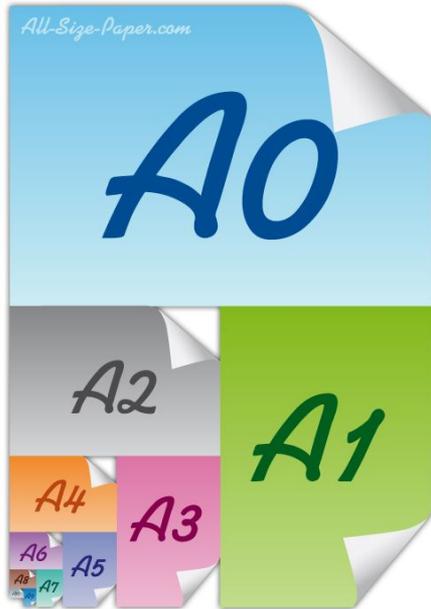
Un poster è pensato per essere stampato (più o meno grande) e appeso.

Un volantino e una cartolina sono pensati per essere distribuiti durante eventi o lasciati o appoggiati su tavoli

Il poster potrebbe anche essere pubblicato on-line, magari sulla pagina facebook, un profilo instagram o twitter etc...



DOVE E COME distribuire il poster, volantino, cartolina,



I classici manifesti da affissione hanno una dimensione di 70x100cm e un orientamento verticale.

Le locandine da distribuire nei locali della tua città, nel teatro, nelle librerie e università vanno da un formato A4 (21 x 29,7cm), A3 (29,7 x 42cm) e infine ad 50 x 70 cm.

NOTA BENE:

- se devi realizzare soltanto delle locandine da distribuire in giro, puoi benissimo creare un file delle dimensioni di un A3 (la qualità dell'immagine sarà pressoché simile anche se verrà stampata in formato 50x70).
- Se invece sai di dover stampare dei manifesti, allora avrai bisogno di creare la tua locandina partendo da un file di dimensioni 70x100cm.
- Infine, se vorrai postare il poster o cartolina su facebook, instagram o altri social, sarebbe opportuno creare un'immagine ad-hoc.

Comunicazione on-line

Comunicare sui social

“I social fanno davvero al caso mio?” se sì quali?

Social media marketing, ovvero significa promuovere o vendere utilizzando uno più social media, da soli o combinati tra loro.

Non tutti i potenziali partecipanti, sono raggiungibili con le stesse piattaforme di comunicazione.



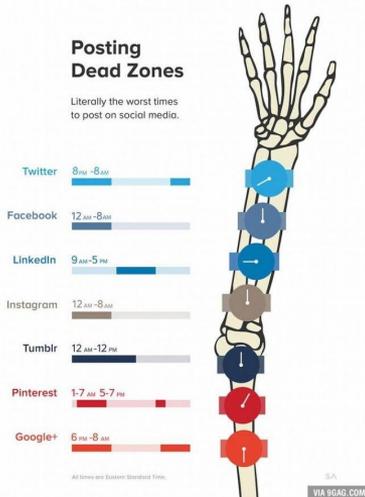
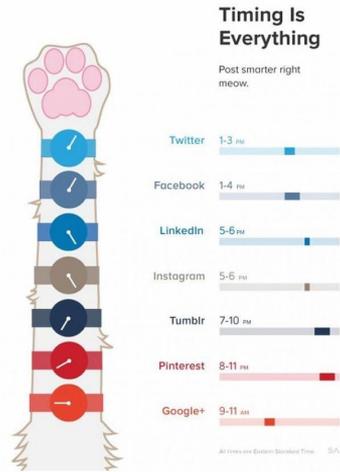
This activity has received funding from the European Institute of Innovation and Technology (EIT), a body of the European Union, under the Horizon 2020, the EU Framework Programme for Research and Innovation.

Quali social?



- Facebook è più generalista, utilizzato da una moltitudine di gente con età e interessi diversi. È quindi adatto a pubblicizzare grandi eventi
- LinkedIn è ottimo per promuovere eventi a tema business, come corsi di formazione
- Twitter è perfetto per la creazione di engagement nel corso dell'evento, grazie all'utilizzo degli hashtag
- Instagram e Pinterest per pubblicare fotografie e video durante e nel post-evento.

Quando?



Il momento migliore per postare sui social network è quello in cui gli **utenti** desiderano maggiormente vedere un **determinato contenuto**.

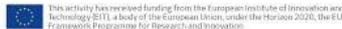
Il risultato delle tue pubblicazioni e strategie di programmazione dipende, dunque da chi sono (che caratteristiche hanno in comune) le persone che vuoi raggiungere.

Proprio per questo motivo il primo passo nel processo strategico di programmazione sui social è quello di effettuare ricerche sulle abitudini del tuo target, focalizzandoti in modo particolare sull'orario in cui preferiscono connettersi durante la settimana.



Come farsi pubblicare in una newsletter

Spesso è più conveniente usare un canale già esistente!



Crea un oggetto (titolo) magnetico.

Questa breve riga anticipa il contenuto della newsletter e permette all'utente di capire cosa si trova nel testo.

Testo.

Lo spazio è minimo, quindi devi essere diretto e immediato.

- 60 battute (anche meno).
- i concetti importanti all'inizio.
- non usare tono da venditore, ma descrittivo con entusiasmo.

Attenzione alla leggibilità.

Potrebbe essere letta in circostanze particolari, non per forza davanti a un monitor ampio e ben strutturato. Il testo deve avere:

- link riconoscibili e facili da selezionare.
- divisione in paragrafi.

Inserisci i tuoi contatti!
