

Fare marketing con Instagram: due chiacchiere con @ilarysgrill

Mimulus » Fare marketing con Instagram: due chiacchiere con @ilarysgrill

27

Feb 2015

Scritto da

Alessandra
Granaudo

da leggere

digital friday

Instagram

social media

marketing

0



A gennaio 2015 è uscito il primo libro in italiano su Instagram e sul suo ruolo nel marketing e nella comunicazione visiva, firmato Ilaria Barbotti, Presidente dell'Associazione Igersitalia e Digital Strategist.

Ilaria sarà docente, insieme a Roberto Cobianchi, del corso dedicato a Instagram e ai Contest fotografici, il 27 marzo a Bologna.

Ammetto di non avere ancora avuto modo di leggere *Instagram Marketing* – edito da Hoepli con prefazione di Luca Conti – (il libro però è già in ufficio! 😊), quindi colgo l'occasione per chiedere a Ilaria qualche dettaglio sul libro e qualche chicca sulla social app fotografica più famosa al mondo e sul suo utilizzo all'interno di una strategia di marketing più ampia.

1) **ALESSANDRA:** Intanto, complimenti per l'uscita del tuo libro! Mi viene subito da chiederti com'è nata l'idea di questo libro e qual è stato l'obiettivo che ti sei posta quando hai deciso di scriverlo.

ILARIA: Ho scritto questo libro perché in Italia non c'è ancora letteratura su questo tema, ma soprattutto perché in Italia non ne abbiamo ancora compreso appieno le grandi potenzialità e quindi c'è molto da lavorare in questo senso. **L'obiettivo del libro è diffondere il concetto di Instagram come strumento di visual marketing per brand e destinazioni turistiche.**

2) **ALESSANDRA:** Spesso mi capita di leggere articoli (l'ultimo quello di **Riccardo Scandellari**) in cui si parla di Instagram come uno strumento poco efficace in termini di marketing per via di alcune limitazioni previste dall'app (prima tra tutte il non poter linkare al proprio blog/sito) e alla difficoltà d'uso di uno strumento tutto basato sulle foto per marchi poco noti e per realtà poco conosciute. **Dove risiede il vero potenziale di Instagram in termini di marketing?**

ILARIA: Instagram, oltre che una piattaforma social, è relazione e community. All'interno di questa app sono nati infatti gruppi folti e molto coesi nei territori. **Per il turismo e brand locali è molto interessante saperla usare al meglio per coinvolgere persone e raccontarsi.**

3) **ALESSANDRA:** Quanto conta la tecnica fotografica su Instagram? E' più importante fare belle foto o definire una strategia di utilizzo del social network pensato sulle caratteristiche settoriali del marchio da promuovere?

ILARIA: La tecnica fotografica è importante ma più di quella conta il saper raccontare una storia: un'immagine bella e studiata che rappresenta il tuo brand e un testo breve, chiaro e con gli hashtag giusti, cioè quelli del proprio settore di interesse.

Il marketing è strategia, quindi va pensata e studiata una strategia anche su Instagram, così come per ogni altro social media in cui si vuole essere presenti.

4) **ALESSANDRA:** Come si misura il successo o l'insuccesso di una strategia promozionale e comunicativa su Instagram?

ILARIA: Il successo di una campagna Instagram lo si calcola in primis dal numero di foto e di like che il tag dedicato ha, ma non solo! E' infatti l'analisi qualitativa che ci dà i reali risultati, quindi i commenti

Search

Per saperne di più,
iscriviti ora!

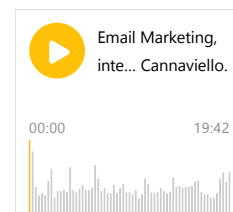


Seguici su...



RSS

Message Us



Articoli recenti

- + Content Marketing: 17 cose da fare per avere risultati
- + Storytelling: come e perché raccontare la tua storia
- + Le 25 applicazioni più interessanti per il Project Management

e l'analisi degli stessi. Parole e feedback che le persone lasciano sotto le foto della campagna.

Di **strumenti di analisi** ce ne sono diversi alcuni gratuiti come **Iconosquare** o **Collecto** (analisi account), o a pagamento e molto più strutturati come **Totems** (analisi hashtag e account).

5) **ALESSANDRA**: Ci fai degli **esempi di marchi, enti o eventi** che hanno utilizzato Instagram nella loro strategia marketing e che ne hanno ottenuto un vero beneficio?

ILARIA: **#Catalunyaexperience** è stato il **primo ente del turismo che ha usato Instagram per fare promozione turistica** attraverso un **tour internazionale Instagram**, un **challenge** e una **mostra fotografica con Instameet locale**. Il direttore dell'ente l'ha definita nel 2012 la migliore campagna social mai fatta.

#MOMAVoice è una realtà imprenditoriale marchigiana di medie dimensioni (produttori di scarpe artigianali di alto livello) che seguo e con la quale ho coinvolto alcuni instagramers internazionali per creare contenuti creativi e di valore nei canali social @momavoice. Oltre ad avere un racconto internazionale e dalle città in cui il brand è presente, **l'account instagram ufficiale di MOMAVoice è cresciuto molto velocemente, raggiungendo tanti nuovi potenziali clienti** proprio nei paesi target e di interesse per l'azienda.

6) **ALESSANDRA**: **Exploring Marche**, il tuo progetto di promozione del Made in Marche e della destinazione Marche all'estero, è un format replicabile anche altrove? Quanto è legato allo strumento Instagram?

ILARIA: **Exploring Marche** nasce e si basa moltissimo su Instagram e la rete Instagramers mondiale. E' **un format che serve proprio a far conoscere la Regione Marche, il suo cibo, le sue tradizioni, l'artigianalità, la moda, i luoghi con le fotografie e Instagram**.

Non solo: abbiamo unito la forza di Instagram e dei più bravi igers mondiali a quella di blogger internazionali. Insieme hanno generato **alti risultati di coinvolgimento in rete** e ci hanno reso una regione davvero social e molto conosciuta in questo ambito, con relativi apprezzamenti da parte di tutti verso i nostri luoghi. Non passa giorno che instagramers di tutta Europa mi scrivano di voler venire nelle Marche per fare le vacanze qui! Direi che funziona no? 😊

7) **ALESSANDRA**: Venendo più nello specifico del corso del 27 marzo, **qual è l'elemento che fa di un Challenge, un Challenge di successo?**

ILARIA: Sicuramente **l'idea creativa giusta** per gli instagramers. Se non c'è questa il challenge non funzionerà!

8) **ALESSANDRA**: Nella tua esperienza diretta o indiretta, **qual è il Challenge che in assoluto hai apprezzato di più in Italia?**

ILARIA: Molti hanno avuto successo, così come tanti altri sono stati dei flop proprio perché non studiati per Instagram o perché pensati da agenzie o aziende che non conoscono il mondo Instagram e gli Instagramers.

Uno dei tanti che ha funzionato molto bene, perché in linea con Instagram e con la sua utenza, è stato quello promosso per **Telethon con Caffarel**, con cui abbiamo raggiunto **10.000 foto condivise** in pochi giorni dal lancio. Al raggiungimento Caffarel ha donato 10.000 euro a Telethon. Una grande prova di community.

9) **ALESSANDRA**: Mimulus sta lavorando alla realizzazione di un Challenge con un team di giovani studenti del Camplus Bononia (per promuovere un nuovo prodotto del Camplus). **Quali consigli daresti ai ragazzi perché il Challenge possa funzionare e perché loro possano divertirsi nell'organizzarlo e raccontarlo?**

ILARIA: Come detto sopra, **idee creative e studiate per Instagram**. **L'utenza Instagram è particolare e non va stimolata su contenuti difficili o impegnativi**. Semplicità e creatività sono le basi per una buona comunicazione su Instagram. Servono poi anche **attività offline** a chiusura del Challenge che gratifichino chi ha partecipato con le proprie foto: mostra fotografica, instameet, premio finale, e-book...

10) **ALESSANDRA**: Il 27 marzo, quando terrai la lezione *Instagram e Contest fotografici*, ce lo fai l'autografo sulla nostra copia del tuo libro? 😊

ILARIA: CERTO CHE SÌ 😊 A presto!

Grazie Ilaria e ci vediamo il 27 marzo!



#hobisognodiuncorso!

Corsi di formazione sui Social Network...

[Vai al calendario](#)



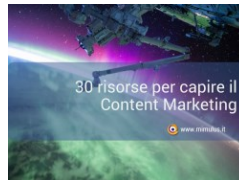
Scritto da **Alessandra Granaudo**

Vuoi leggere ancora qualcosa?

Trovi altri articoli nella categoria [Web e Social Media](#), oppure qui sotto una selezione di articoli correlati a quello che hai appena letto.



Storytelling: come e perché raccontare la tua storia



Content Marketing: 30 risorse per approfondire



Sette anni di Instagram, sempre più per i Brand



Come scrivere la Biografia nel profilo Instagram

Scrivi un commento

Commento

Nome

Email

Sito Web



Chi siamo

Siamo una piccola New-Web agency con sede a Bologna e collaborazioni *all over the world*. Aiutiamo i brand a sfruttare al meglio le opportunità del web per il loro business e la loro comunicazione, grazie a un mix personalizzato di strumenti e ambienti online.

[Message Us](#)



In questo sito si parla di

- Casa Mimuli
- Social, Local e Mobile
- Social Business
- Web e Social Media
- Web Writing

