

Instagram marketing: i consigli di Ilaria Barbotti [INTERVISTA]

Spunti ed idee per migliorare la presenza visiva e social su Instagram



♥ Aggiungi ai preferiti

📖 Leggi dopo

SHARE

101 ↕



Eufemia Scannapleco

Digital& Social Media Strategist [t](#) [in](#) [f](#)

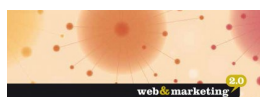
Publicato il 14 aprile 2015



Conoscete davvero *Instagram*? Sapete come approcciare e interagire in questo social network visivo, affrontando temi come la comunicazione visual e il marketing?

Abbiamo chiesto approfondimenti e spunti per utilizzare in modo strategico ed efficace il canale a **Ilaria Barbotti** ([@ilarysgrill](#) su [Instagram](#) e [Twitter](#)) fondatrice della prima e unica community degli Instagramers in Italia (legata al gruppo internazionale Instagramers), presidente e co-fondatrice dell'Associazione Igersitalia e autrice del testo "**Instagram Marketing. Immagini, brand, community, relazioni per turismo, eventi**", edito da Hoepli per la collana web&marketing 2.0.

Il suo *libro* vuole essere un aiuto per capire meglio come funziona e come usare questo social, ma anche un supporto pratico a chi conosce già il mondo Instagram e vuole migliorarsi come fotografo e/o affermarsi come brand o come destinazione turistica.





HOEPLI

Ciao Ilaria e benvenuta su Ninja Marketing. Instagram è il social che meglio si presta allo storytelling visivo. Come si definisce una strategia su questo canale per un brand?

Instagram è immagine e fotografia. Tutto deve partire da qui. Dal soggetto delle foto che andranno a creare la **storia** del brand.

Ragionate sui **tratti distintivi** del vostro brand e raccontateli con Instagram. Soffermatevi su momenti e dettagli del lavoro o del prodotto. Interagite.

Come fa un brand a crescere in termini di engagement?

Cogliete attimi in azienda, di prodotto, visi di chi lavora, temi legati al brand, **coinvolgete le persone** e interagite sempre con hashtag, commenti, likes alle persone che vi seguono e che possono essere o sono vostri clienti.

Ringraziate sempre chi condivide il vostro prodotto ed eventualmente ricondividete la sua foto con **mention**.

Comunicare su Instagram, per te cosa vuol dire?

Instagram per me è una **fonte di ispirazione** e comunicare su questo social significa **comunicare una parte di noi stessi**. Quando posto una foto su Instagram comunico molto di me attraverso l'immagine, attraverso l'editing e l'atmosfera che decido di dare alla foto e con le parole che inserisco come commento.

A livello personale è un bellissimo canale di comunicazione e espressione anche di **passioni e attitudini**.

Per un brand diventa un potente **strumento di storytelling** che arriva diretto, vicino, dentro le persone. Ma solo se lo si usa bene.



foto credit <http://www.ilarysgrillsocial.com/>

Come si crea interesse intorno ad un evento offline?

Per un evento nel territorio offline l'unico modo per aumentare la diffusione è quello di **coinvolgere la community locale igers**. Attraverso essa e la sua

fitta e forte rete l'evento sarà **promosso e veicolato** con passione, divertimento e in maniera virale.

Si può anche attivare un **challenge pre-evento** per accrescere l'interesse attorno all'evento successivo, ma anche questo va studiato bene altrimenti rischia di non funzionare.

Parliamo di contest: funzionano in Instagram? Come un brand può utilizzarli al meglio?

Il termine corretto è **challenge fotografico**. Contest è un termine inglese che implica dinamiche burocratiche legate al concorso a premi in Italia.

Il **challenge** è un'attività che può attirare attenzione su un evento, un prodotto o un'azienda in maniera virale. Per far sì che funzioni, occorre però studiarlo e attuarlo con la community igers e/o con degli influencer/instagrammers professionisti tramite PR. Questo perché Instagram segue dinamiche differenti da Facebook o altri social. È un social fotografico e sappiamo oggi che non possiamo pretendere qualcosa di diverso dagli utenti.

Fondamentali per la buona riuscita sono dunque: **tag, semplicità, immagine e idea creativa**.

Best practices per il turismo: ci sono diversi esempi nel tuo libro. Ce ne racconti qualcuno?

Il turismo e Instagram viaggiano di pari passo. Abbiamo bellissimi esempi internazionali e diversi italiani.

Sono molto orgogliosa di aver partecipato come unica italiana alla prima edizione di **Catalunya Experience** nel 2012, il primo format al mondo che ha previsto gli instagrammers e la community igers come unico veicolo di promozione del territorio attraverso Instagram.

È un progetto a cui sono legata affettivamente e che ha dato il via ad una serie di progetti in Europa, negli States e anche in Italia.

È stato lungimirante e molto stimolante per me poter capire già nel 2012 come poter fare promozione in maniera innovativa. In Italia siamo arrivati un pochino dopo, ma per fortuna io già nel 2014 potevo organizzare il primo tour social nelle Marche con dinamiche "vicine" a quelle spagnole.

Le modalità sono quelle del "vecchio" press tour con una forte componente social e il ruolo centrale e principale di Instagram che attraverso alcuni importanti esponenti internazionali veicola un territorio e lo promuove a milioni di persone nel mondo.

La stessa Catalunya riporta dati come 10 milioni di persone che sono venute a contatto con questo tipo di promozione negli anni e attraverso il tag ufficiale **#catalunyaexperience**.

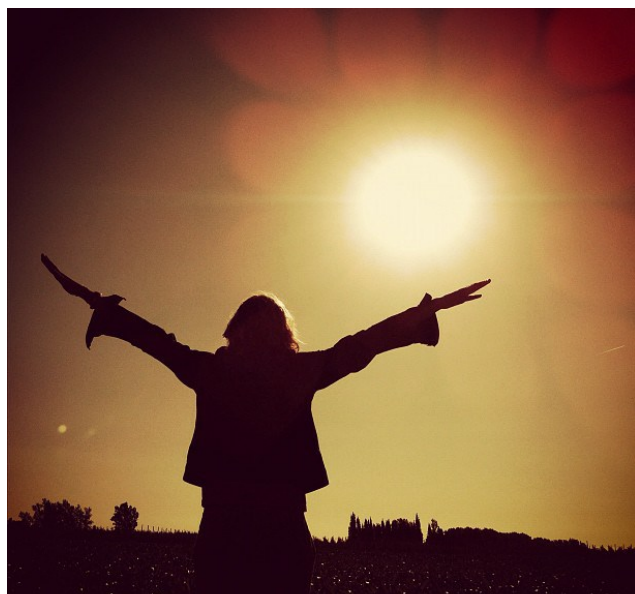


Foto di mery_tweety (tramonto in Catalunya) #CatalunyaExperience

Grazie Ilaria per i preziosi suggerimenti! Ricordiamo che è possibile seguire le evoluzioni di Instagram Marketing sui canali dedicati: [Pagina FB](#), [Blog](#), Gruppo discussione [LinkedIn](#).

Il mondo dei social è in sempre evoluzione e occorre aggiornarsi continuamente. Cari amici Ninja mettete subito in pratica i consigli ricevuti su Instagram e fateci sapere se riuscirete a diventare *Igers* provetti.

Vuol ancora più Ninja Power?

Accedi gratuitamente a Marketing News, Viral Tips & Tricks, Business & Life Hacks ed entra in una community di oltre 50.000 professionisti.

La tua privacy è al sicuro. Non facciamo spam.

VOGLIO LE NEWS!

Registrandoti confermi di [accettare la privacy policy](#)

SCRITTO DA



Eufemia Scannapieco

Digital & Social Media Strategist

Vivo di creatività, strategie digitali e social media marketing e ne sono felice. Non nascondo il mio accento campano e sono curiosa, testarda, lunatica, sognatrice per natura e ... [continua](#)

[t](#) [in](#) [f](#)

CONDIVIDI QUESTO ARTICOLO

<http://www.ninjamarketing.it/2015/04/14/>

Segui [Eufemia Scannapieco](#) su [Twitter](#) .
Amiamo ricevere i tuoi commenti a ideas@ninjamarketing.it

LEGGI ANCHE



#creatoadarte: Il saper fare italiano raccontato su...



Week in Social: multiaccount su Instagram e un nuovo News...






Il Social Cinema arriva su Instagram

NINJA MARKETING

About
Filosofia Ninja
Il Clan
Top Contributor
Advertise
Partner
Contatti

TOP CONTRIBUTOR - LAST YEAR

-  Daria D'Acquisto
Copywriter
-  Redazione
Newsroom Ninja
-  Massimo Sommella
Editor @ Ninja Marketing

NEWSLETTER

Entra nelle community dei professionisti del marketing e rimani aggiornato sulle novità del settore

VOGLIO LE NEWS!

Registrandoti confermi di accettare la privacy policy

IL MAGAZINE PIÙ LETTO D'ITALIA



Ninja Marketing è TOP BLOG in Marketing e Comunicazione da 10 anni

SEGUICI



Ninja Marketing è un supplemento alla testata Ninja Magazine, registrata presso il Tribunale di Salerno n. 14/08 - P.IVA 04330590656.

© 2004 - 2015 Ninja Marketing Srl è un marchio registrato, tutti i diritti sono riservati

Puoi ripubblicare i contenuti citando e linkando la fonte nel rispetto della Licenza Creative Commons

PRIVACY POLICY, CONDIZIONI D'USO E COOKIE POLICY