

MARKETING NELL'ERA DIGITAL

Concetti e risorse



FIPSA | DS



FIPSA | DS

ARGOMENTI

- .01 Introduzione
- .02 Marketing > Marketing Mix
- .03 Stile FIPSA
- .04 Prospettive
- .05 Tips & Tricks
- .06 Live con alcuni strumenti
- .07 Microfoni aperti

Il **marketing** è un ramo dell'economia che si occupa dello studio e descrizione di un mercato di riferimento, ed in generale dell'analisi dell'interazione del mercato e degli utenti di un'impresa.

MARKET > MARKETING

Diverse sono le definizioni possibili del marketing, a seconda del ruolo che nell'impresa viene chiamato a ricoprire in rapporto al ruolo strategico, al posizionamento dell'impresa nel suo ambito competitivo di mercato.

Per noi la definizione è da contestualizzare nel **Marketing dei servizi.**



FIPSA | DS



Marketing MIX

Product

Il prodotto in tutte le sue parti e caratteristiche tangibili e intangibili

Price

Il prezzo che ha il prodotto e il suo valore espresso e percepito

Place

La distribuzione del prodotto sul mercato

Promotion

La promozione, pubblicità e la comunicazione in tutte le sue forme.

Ogni azienda (didattica nel nostro caso) dà un peso ad ognuna di queste leve e ne fa derivare il proprio piano Marketing.



Impress
Identity BRAND

BRAND IDENTITY

Per brand identity si intende l'insieme degli aspetti e degli elementi grafico / comunicativi che determinano un brand.

Tutti noi veniamo a conoscenza di un brand come se fosse una persona reale: una faccia, il suo aspetto fisico, il suo carattere.

Questo ci permette di "dare un volto" e riconoscere una marca rispetto ad un'altra.





Brand Awareness

BRAND AWARENESS

è la misura del grado di notorietà e di conoscenza di un marchio da parte dei consumatori e contribuisce ad aumentare il senso di familiarità nei confronti dei prodotti.

La sponsorizzazione di atleti noti, durante la loro partecipazione a eventi o competizioni importanti, può essere molto utile per aumentare la brand awareness.



FIPSA | DS



FIPSA | DS



1971



1978



1985



OGGI



FIPSAS | DS



BRAND REPUTATION

La brand reputation è la considerazione di cui gode un brand in virtù della sua capacità di soddisfare le aspettative del pubblico nel corso del tempo.

A seconda della sua “Reputation” il brand viene posizionato sul mercato e identificato in un determinato settore.

Una alta Reputation supporta il marchio anche in eventuali sbalzi di mercato.

REPUTATION



FIPSA | DS

SENSO DI APPARTENENZA

Nel Marketing dei servizi il senso di appartenenza è fondamentale per il successo del Brand.

CONCENTRARSI SULLE PERSONE

Prima le persone, dopo il business

ABILITÀ NEL COSTRUIRE UNA COMMUNITY

Non per forza community online...

NON INSEGUIRE LA CONCORRENZA

Impara e non copiarla

SIATE INNOVATIVI

Cerchiamo sempre l'innovazione ma NON dimentichiamoci la storia



FIPSA S | DS

STILE FIPSAS

CHI SIAMO

ART. 2 – Scopi

1. La F.I.P.S.A.S., soggetto riconosciuto dal C.O.N.I., ha come scopi primari e prevalenti rispetto agli altri fini perseguiti:
 - a) la tutela e l'incremento del patrimonio ittico nazionale, oltre che la difesa e il miglioramento dell'ambiente naturale, in armonia con la normativa vigente e, in particolare, con l'art. 13 della legge 8 luglio 1986, n. 349 e s.m.i., nonché con le relative disposizioni di attuazione;
 - b) la promozione, la regolamentazione e l'organizzazione delle proprie discipline sportive, oltre che lo svolgimento, a livello nazionale e internazionale della attività agonistica a livello dilettantistico, relativa alle discipline indicate al precedente art. 1.



STORIA

SUCCESSO

APPARTENENZA



FIPSAS | DS

FIPSAS



Segui
i nostri corsi,
immergiti
In FIPSAS!

CORSO DI FOTOGRAFIA SUBACQUEA



FIPSAS1942



14-16 FEBBRAIO



ASTI (AT)
Via Camillo Benso Cavour, 36

Per ulteriori informazioni

Fabio 347.3445677
info@corsisub.it



FEDERAZIONE
SPORTIVA NAZIONALE
RICONOSCIUTA
DAL CONI



FIPSAS | DS



FIPSAS

STAGE
MIGLIORARE LA
PERFORMANCE
IN APNEA

Segui
i nostri corsi,
immergiti
In FIPSAS!

ALESSIA
ZECCHINI



FIPSAS1942



14 FEBBRAIO
ORE 21:30



ASTI (AT)
Via Camillo Benso di Cavour, 36

Per ulteriori informazioni

Fabio 347.3445677 | info@corsisub.it



FEDERAZIONE
SPORTIVA NAZIONALE
RICONOSCIUTA
DAL CONI





FIPSA S | DS

PROSPETTIVE



OGNI 60 SECONDI

- 1 milione di accessi a Facebook
- 3.7 milioni di ricerche Google
- 4.3 milioni di video visti su Youtube
- 38 milioni di messaggi Whatsapp
- 200.000 scrolling su Instagram



JAN
2021

DIGITAL AROUND THE WORLD

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS

TOTAL
POPULATION



7.83
BILLION

URBANISATION:

56.4%

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



5.22
BILLION

vs. POPULATION:

66.6%

INTERNET
USERS*



4.66
BILLION

vs. POPULATION:

59.5%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS*



4.20
BILLION

vs. POPULATION:

53.6%

Su 7.8 miliardi di persone al mondo, 4.7 hanno accesso ad Internet di cui 4.2 sono utenti attivi sui Social



FIPSA | DS

**JAN
2021**

OVERVIEW OF GLOBAL INTERNET USE

A SNAPSHOT OF INTERNET USE AROUND THE WORLD

 INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS

TOTAL NUMBER
OF GLOBAL
INTERNET USERS



**4.66
BILLION**

INTERNET USERS AS A
PERCENTAGE OF TOTAL
GLOBAL POPULATION



59.5%

ANNUAL CHANGE
IN THE NUMBER OF
GLOBAL INTERNET USERS



**+7.3%
+316 MILLION**

AVERAGE DAILY TIME SPENT
USING THE INTERNET BY
EACH INTERNET USER



6H 54M

PERCENTAGE OF USERS
ACCESSING THE INTERNET
VIA MOBILE DEVICES



92.6%

Gli utenti internet rimangono connessi alla rete circa 7 ore al giorno al 92% da smartphone e tablet



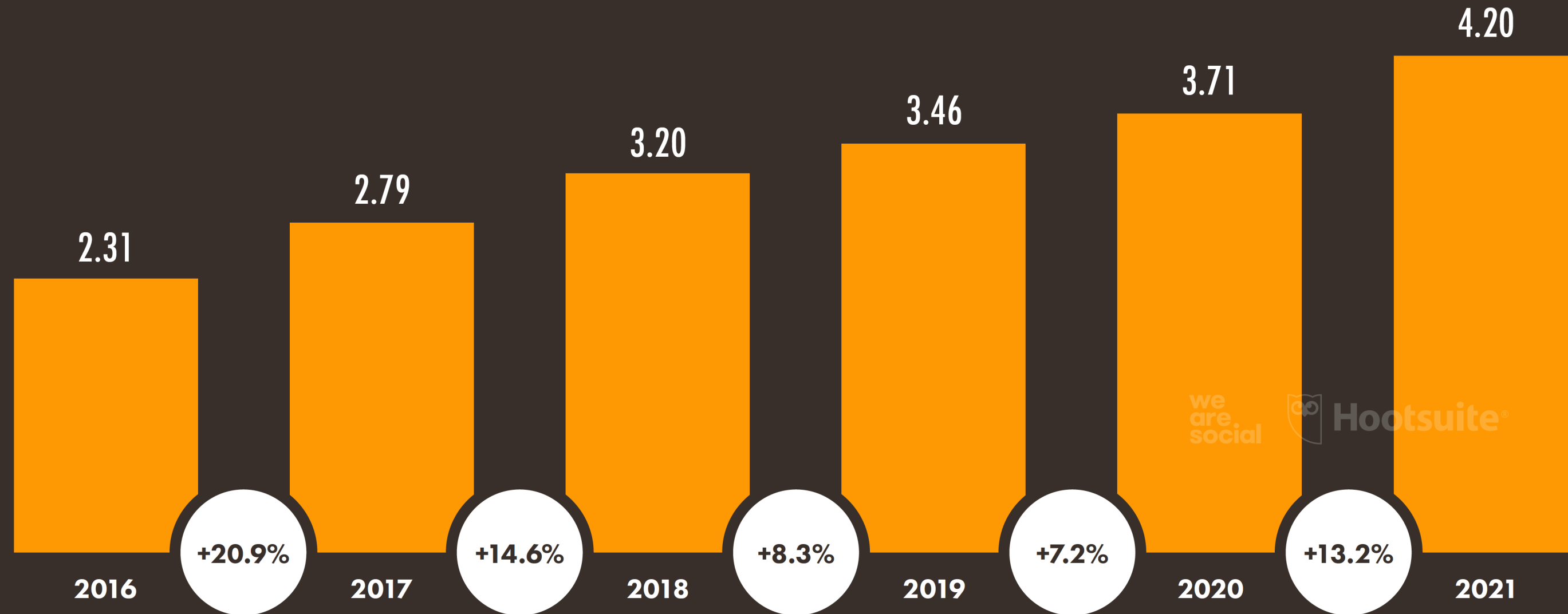
FIPSAS | DS

JAN
2021

GLOBAL SOCIAL MEDIA USERS OVER TIME

NUMBER OF GLOBAL SOCIAL MEDIA USERS* BY YEAR (IN BILLIONS), WITH YEAR-ON-YEAR CHANGE

⚠ SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS



Gli utenti social crescono ogni anno del 10% di media, 13% tra il 2020 e 2021

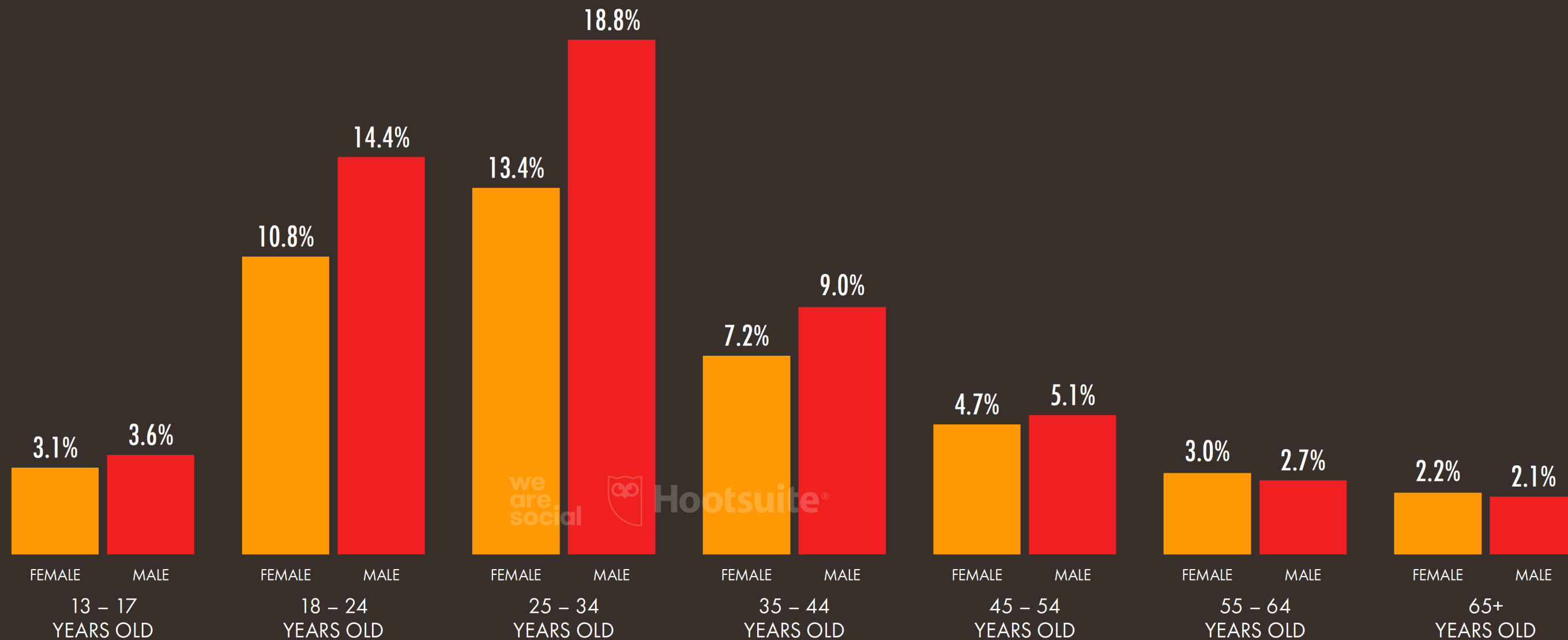


FIPSA | DS

JAN
2021

SHARE OF SOCIAL MEDIA USERS BY AGE AND GENDER

SOCIAL MEDIA USERS OF EACH GENDER* IN EACH AGE GROUP* AS A PERCENTAGE OF TOTAL SOCIAL MEDIA USERS AGED 13 AND ABOVE



Il 72% degli utenti social hanno tra i 18 e 44 anni in maggioranza uomini

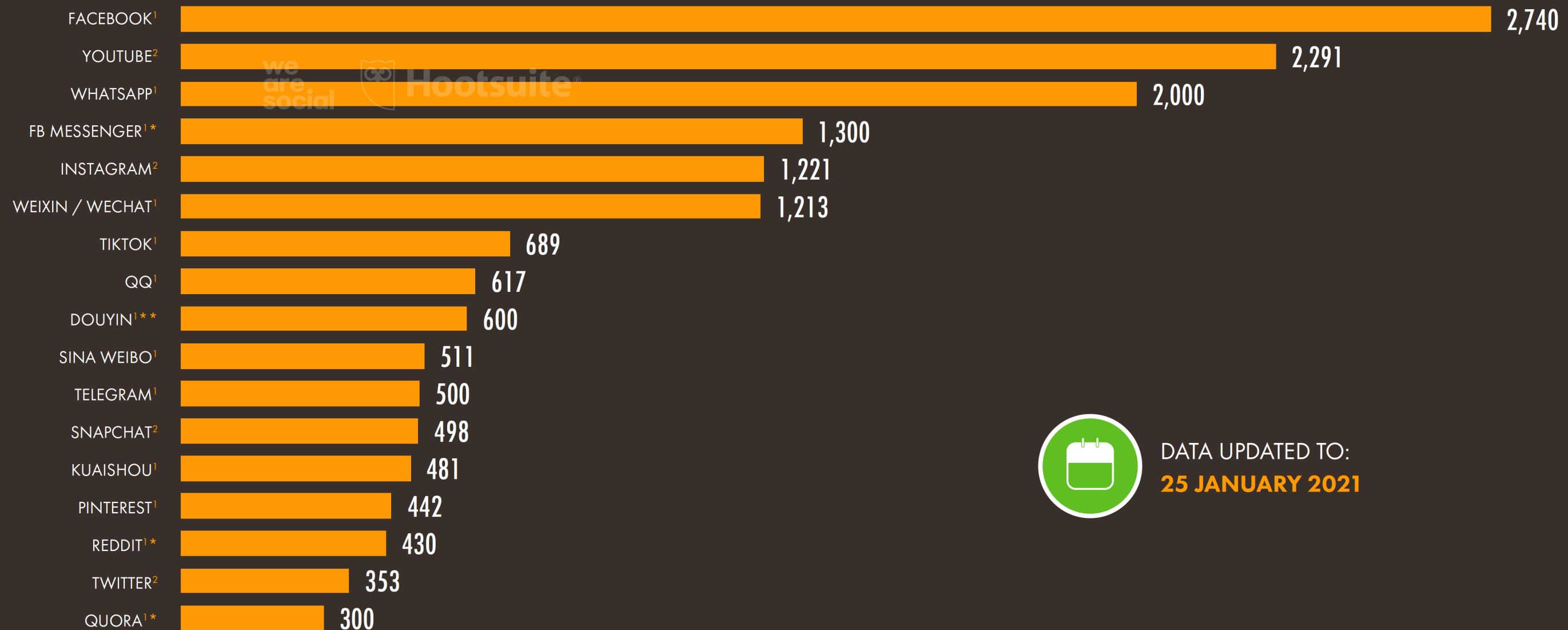


FIPSAS | DS

JAN
2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*



DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2021

Facebook, Whatsapp, Messenger ed Instagram, piattaforme della famiglia FACEBOOK, sono di gran lunga le più utilizzate dagli utenti del web. Gestiscono il 46% del traffico social.



FIPSAS | DS

TIPS & TRICKS

TEACH, DON'T PREACH

Insegna e non predicare, pensa sempre a chi ti rivolgi.

OK...MA COSA SCRIVO???

Perchè vi siete avvicinati a questa attività?

NON SI DEVE SOLO VENDERE

Ogni 4 post solo 1 deve essere di "vendita" - qualità e non quantità

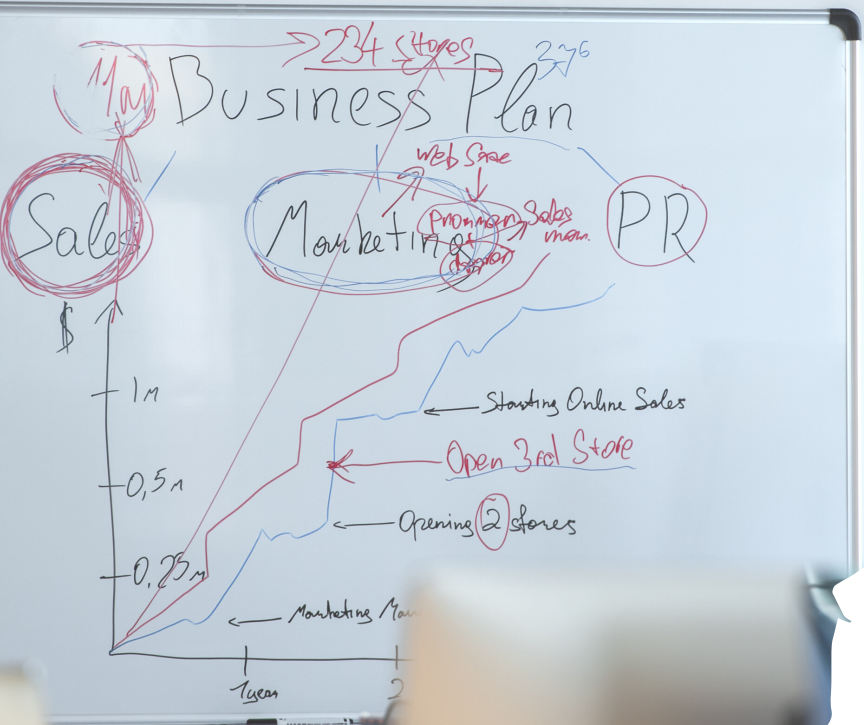
#HASHTAG

Categorizziamo bene i nostri post...pochi e chiari....massimo 4!!!

LASCIAMOCI SUGGERIRE



FIPSA | DS



FIPSA | DS

Luoghi
 Le persone che vivono in questo luogo

Italia
 Roma, Lazio + 40km

Includi Cerca sedi Sfoglia

Aggiungi i luoghi in gruppo

Età
 14 60

Genere
 Tutti Uomini Donne

Targetizzazione dettagliata
 Includi le persone che soddisfano questi requisiti

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti Suggestimenti Sfoglia

Escludi

Espansione della targetizzazione dettagliata
 Raggiungi le persone che non rientrano nella tua targetizzazione dettagliata quando i risultati potrebbero migliorare.

Lingue
 Cerca le lingue

Definizione del pubblico

Specifico Ampio

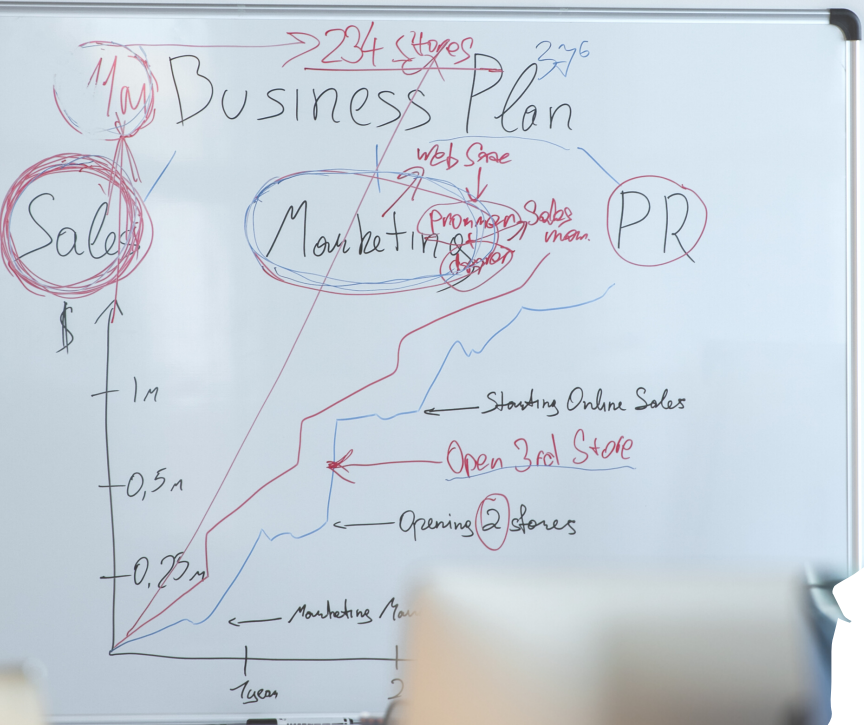
Il tuo pubblico è definito.

Copertura potenziale: 2.200.000 persone

Risultati giornalieri stimati

I risultati giornalieri stimati non sono disponibili per questa campagna poiché il suo budget è ottimizzato tra i vari gruppi di inserzioni.





FIPSA S | DS

Luoghi
Le persone che vivono in questo luogo

Italia
Roma, Lazio +40km

Includi Cerca sedi Sfoglia

Aggiungi i luoghi in gruppo

Età
14 60

Genere
 Tutti Uomini Donne

Targetizzazione dettagliata
Includi le persone che soddisfano questi requisiti

Interessi > Interessi aggiuntivi
Mare

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti Suggestimenti Sfoglia

e che soddisfano anche

Interessi > Interessi aggiuntivi
Sport e attività all'aperto

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti Suggestimenti Sfoglia

Escludi Specifica ulteriormente

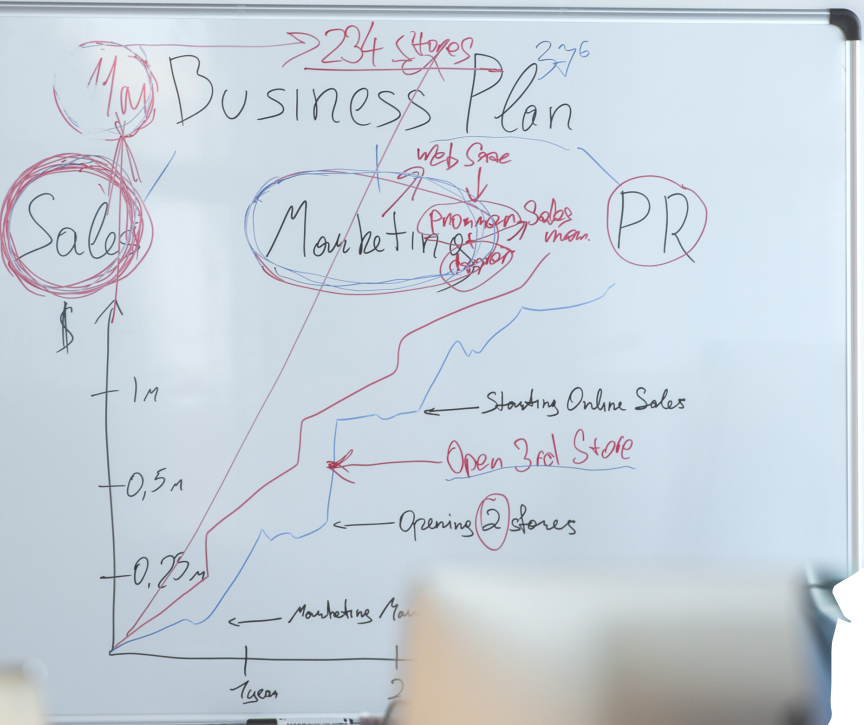
Espansione della targetizzazione dettagliata
 Raggiungi le persone che non rientrano nella tua targetizzazione dettagliata quando i risultati potrebbero migliorare.

Definizione del pubblico
Il tuo pubblico è definito.

Copertura potenziale: 390.000 persone

Risultati giornalieri stimati
I risultati giornalieri stimati non sono disponibili per questa campagna poiché il suo budget è ottimizzato tra i vari gruppi di inserzioni.





FIPSAS | DS

Luoghi

Le persone che vivono in questo luogo

Italia

Roma, Lazio + 40km

Includi Cerca sedi Sfoglia

Aggiungi i luoghi in gruppo

Età

15 60

Genere

Tutti Uomini Donne

Targetizzazione dettagliata

Includi le persone che soddisfano questi requisiti

Interessi > Interessi aggiuntivi

- Attrezzatura per immersioni
- Centro immersioni
- Immersione sportiva
- Immersioni subacquee
- Orologio da sub

Aggiungi dati demografici, interessi o comportamenti Suggerimenti Sfoglia

Escludi Restringi il pubblico

Definizione del pubblico

Il tuo pubblico è definito.

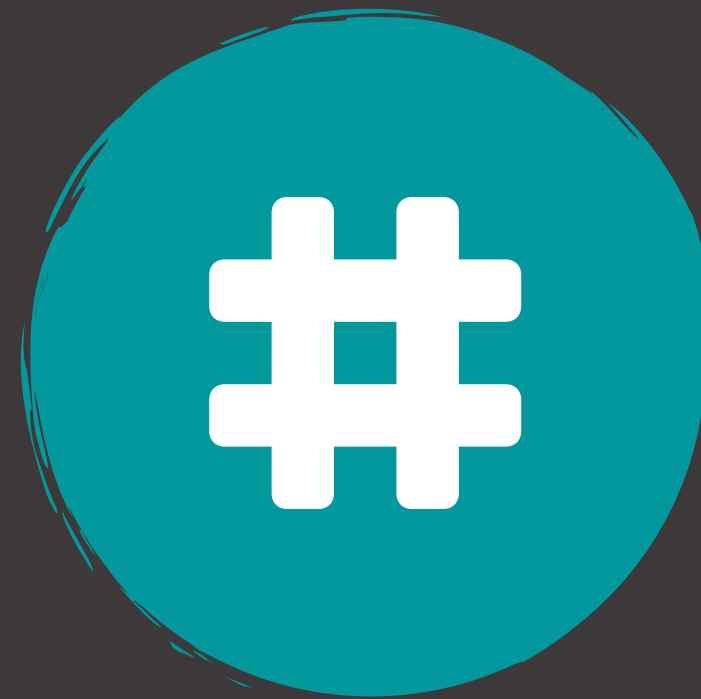
Copertura potenziale: 50.000 persone

Risultati giornalieri stimati

I risultati giornalieri stimati non sono disponibili per questa campagna poiché il suo budget è ottimizzato tra i vari gruppi di inserzioni.



STRUMENTI UTILI



HASHTAG



GRAFICA

MICROFONI APERTI



FIPSAS | DS