

IAKI per Lettera43: pronta la nuova social media strategy

Scritto da [Roberto Zariello](#) il 26 settembre 2012



[Pubblica qui il tuo annuncio 4WNet](#)



Linear Assicurazioni
Risparmi fino al 40%. Calcola subito il preventivo online!
www.Linear.it



Cibo, scuole, ospedali
Continuano ad aver bisogno di voi
Adottalo a distanza



Offerta Meridiana fly
Da Catania a Bologna-Linate-Napoli-Roma-Torino-Verona a 40 €
www.meridiana.com



Sostienilo a Distanza
Prendi per Mano un Bimbo, Portalo verso una Nuova Vita
www.bambinidimenticati.it

Il quotidiano online del gruppo News 3.0 sceglie IAKI per studiare una nuova social media strategy, per incrementare gli accessi al sito e aumentare il reach delle notizie.

Il progetto sviluppato da IAKI punta a dare valore all'attività di posting sulla Pagina Facebook, attraverso una selezione delle news da pubblicare che segue criteri di rilevanza sociale, attualità e capacità di sviluppare conversazioni. Non un semplice feed, quindi, ma una vera e propria riscrittura in chiave social, con l'obiettivo di ottenere una crescita dei fan della pagina, attraverso un aumento significativo delle interazioni.

Sul Profilo Twitter invece, la pubblicazione delle notizie è arricchita dalle interazioni con altri utenti: retweet, menzioni e conversazioni che coinvolgono anche i giornalisti della testata. Inoltre, una costante consapevolezza sui principali trending topic guida le scelte di pubblicazione delle news, in modo da avere sempre un legame concreto con quello di cui la gente parla davvero.

Daniele Sesini, amministratore delegato di NEWS 3.0 ed editore di Lettera43, spiega: "Un giornale online come il nostro deve affermare il proprio brand soprattutto attraverso la qualità e l'originalità dei contenuti: dalla politica alla cronaca, nazionali e internazionali, dall'economia all'attualità. Sappiamo però che è sempre più importante saper proporre questo contenuto anche nei nuovi contesti di socializzazione e condivisione, usando le giuste leve per il coinvolgimento degli utenti; per questo motivo abbiamo deciso di affidarci a IAKI, un'agenzia di professionisti della comunicazione digital e social media marketing che ci accompagnerà nel tempo per questa nuova sfida".

La pagina Facebook di Lettera43 unisce la capacità informativa della testata online al linguaggio ricco di call to action e domande, creando un nuovo modello di informazione che vede nella partecipazione e nel coinvolgimento degli utenti una delle chiavi della sua diffusione.

Sandro Marchetti, amministratore delegato di IAKI commenta così la scelta strategica: "Il progetto per Lettera43 è un esempio lampante di come le strategie di brand engagement possano aiutare a raggiungere anche obiettivi molto concreti, come l'incremento di traffico verso un sito, dimostrando che questo approccio al social media marketing è molto più che semplice conversation building".

ASSODIGITALE su

Assodigitale - Associazione Industria Digitale Italiana su Facebook

Assodigitale - Associazione Industria Digitale Italiana piace a 219 persone.

Plug-in sociale di Facebook

vuoi ricevere gli articoli di
#assodigitale.it
tutti i giorni alle 18
direttamente nella tua
mailbox?

Ultimi articoli pubblicati:

NEOS PARK e la sosta a pagamento diventa comoda ed equa

[Fotogallery] Settimana della Comunicazione 2012 opening Palazzo Giureconsulti Milano

Chilli tv le novità in anteprima della settimana.

Palazzolo Digital Festival, oltre un migliaio di presenze un successo inaspettato.

Trasporto tra l'aeroporto e la città, CityHook risolve il problema

Internet Festival 2012

Il '.it' compie 25 anni

In arrivo la nuova linea di veicoli in miniatura Rollei SP per l'iPhone

Agenda digitale: alto potenziale di crescita per i videogiochi made in Italy.

Viscom Italia: in anteprima le nuove tecnologie che guideranno la shopping experience del consumatore

WWWorkers, la generazione dei nuovi lavoratori della rete

Da Tigros l'iphone ti aiuta a fare la spesa