

## LUNEDÌ LA PAROLA DEL MARKETING

La #paroladellasettimana per noi è #esperienziale. Una parola a cui Joydis è molto legata, stella polare di ogni progetto, tanto da riconoscersi come #experiencefactory.

Ognuno di noi fa continuamente cose, e qualsiasi cosa faccia in quanto umano non lo fa in modo robotico: nulla è solo quello che è per l'uomo. Ogni cosa porta dietro segni che ne migliorano / modificano la #percezione al di là di quello per cui sono stati concepiti.

La nostra idea è che in particolare nel #consumo molte aziende trascurino questo aspetto, incentrandosi sempre più su se stessi e non ponendo attenzione agli #interessi extra-consumo dei clienti. Interessi che fanno davvero colpo per le aziende che riescono a sfruttare questi strumenti di #connessione.

Il nostro augurio è che chi si occupa di #marketing non ragioni sul competere in una vetrina di consumo ma che proponga #esperienzeemotive che portino piacevoli sensazioni da volere ripetere.

(Fare un po' di dietrologia emozionale, fare esempi con alcuni esempi pratici Joydis quando possibile)(tutte le pagine con "le frasi di" sono piene di follower, i marketers sono quelli che seguono più questo tipo di rubriche e i social)

## MARTEDÌ

Solo qualche giorno alla gara dei 5000 m di @yemancrippa ai #CampionatidelmondodiAtleticaLeggeradiDoha. Una gara importante per Yeman per qualificarsi alle #Olimpiadidi\*\*\*.

Il nostro campione viene da \*recenti risultati\* ed è pronto per aggiornare il suo palmares a \*scorsi risultati a medesimo torneo\*.

In bocca al lupo campione, seguitelo alle \*ore x\* su \*@raisport\*!

Forza Yeman! Forza #azzurri!

(contestualizzare parlando anche di cose precedenti ed enfatizzare l'importanza della gara e le sensazioni)(suggerire quando e dove seguire l'evento per scambio follower o concretizzazione dell'attenzione)

## MERCOLEDÌ

Cosa c'è di meglio di una giornata passata in mezzo alla bellezza del #design italiano?

Solo un anno fa Joydis ha collaborato con @tbt nell'\*evento e attività seguite\* per \*obiettivi\*.

Attività \*che ha portato a\* per una magnifica giornata per tutti gli appassionati di #architettura e design italiano all'insegna dell'#innovazione.

Leggi di più --> <https://www.joydis.it/siti-bt-group-s-p-a/>

(mai fare un contenuto che capiamo solo noi, contestualizzare e romanticizzare)(ricordare cosa ha generato l'evento per interessare chi potrebbe volerlo replicare e generare attenzione all'azienda con cui abbiamo collaborato in modo gratuito e win-to-win)

GIOVEDÌ

Nell'\*mese e anno\* il nostro \*@atleta\* ha ottenuto \*risultato\* e diventando \*risultati\*.

Dopo quel risultato Yeman è arrivato \*risultati postumi\* e siamo convinti abbia ancora molti successi all'orizzonte!

Ora si sta preparando a \*#prossime gare\*, seguitelo per aggiornamenti!

(componente storytelling: cosa ha fatto, cosa è seguito e cosa sta facendo)(concretizzazione dell'attenzione, si fa vedere all'atleta che siamo attenti a quello che sta facendo e vogliamo che anche i nostri follower lo sappiano)

VENERDÌ

Photo: \*Atleta/Azienda @ gara/evento

\*hashtag emozionali\*

ESEMPIO MARKETING EMOZIONALE:

#marketingomnichannel è una delle parole più utilizzate nel marketing attuale. In tanti parlano di marketing omnichannel e \*altra cosa simile\*, ma cosa vuol dire veramente fare marketing omnichannel.

Fare marketing omnichannel significa coordinare delle attività di vendita e comunicazione che abbiano una linea condivisa che possa essere percepita al meglio e in modo semplice dal cliente. Dall'estetica al servizio dato, tutto deve essere riconoscibile semplice e veloce.

Joydis ha utilizzato il marketing omnichannel nell'\*occasione di\* facendo \*cosa ha fatto\*, questo ha portato a \*risultati con enfasi sull'effetto sul consumatore\*.

Leggi di più --> sito web

\*hashtag di rubriche marketing\*

## ESEMPIO NUOVA COLLABORAZIONE

Congratulazione a \*@atleta\* per la sua nuova collaborazione con \*@azienda\*.

L'atleta x ha \*cosa ha fatto\* con \*enfasi su materiale dell'azienda\*

Siamo convinti che questa collaborazione possa portare ad entrambi a \*enfasi sul valore sul pubblico non commerciale\*.

(accento sul nuovo, contestualizzare)

## ESEMPIO TEASING

\*Se abbiamo qualche progetto in corso o in programma che vogliamo postare facciamo contestualizzando un minimo e ponendo l'accento sul restare aggiornati ma cercando di spronare a informarsi di più\*