



festival
della letteratura di
viaggio



Finanziato
dall'Unione europea

Andrea Lombardi • Partnership Manager
• Esperto in Comunicazione e Marketing



Strategie e strumenti di comunicazione social

16^a edizione del Festival della Letteratura di Viaggio LABORATORIO DI FORMAZIONE Roma, 1 ottobre 2025
CREA Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria Via della Navicella 2/4, 00184 Roma

Chi sono

Strategie e strumenti di comunicazione social

- **Andrea Lombardi** •
- Partnership Manager
- Consulente Marketing
- Destination Manager
- Presidente Feder.Cammini - www.federcammini.com
- Guida Escursionistica Ambientale - www.viafrancigenatoscana.org

Agenda

Strategie e strumenti di comunicazione social

- **Conoscere** i propri pubblici e definire gli obiettivi
- **Creare** contenuti di qualità e favorire l'interazione
- **Caratteristiche** delle principali piattaforme social
- **Best practices** e consigli operativi

Conoscere i propri pubblici

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Identificare **Target** e **Community** di riferimento, a chi ci rivolgiamo
- Analisi dei **Bisogni, Linguaggi e Interessi**
- Definizione degli obiettivi **SMART** le cinque qualità fondamentali che un obiettivo deve possedere sono: Specifico, Misurabile, Raggiungibile (o Attuabile), Rilevante e Temporizzabile (definito nel tempo) permettono di definire obiettivi chiari, concreti e realistici, aumentando così le probabilità di successo.

Definire gli obiettivi di comunicazione

Strategie e strumenti di comunicazione social

- **Brand awareness** il riconoscimento del marchio da parte del pubblico
- **Engagement e relazione con il pubblico** il rafforzamento della relazione con il pubblico attraverso interazioni e valore aggiunto
- **Lead generation e conversioni** che puntano a ottenere contatti qualificati e trasformarli in client
- **Fidelizzazione e advocacy** in cui i clienti diventano sostenitori del brand, generando passaparola e crescita.

Creare contenuti di qualità

Strategie e strumenti di comunicazione social

- **Storytelling autentico e coerente** cioè costruisci una storia vera
- **Visual Storytelling** crea immagini e video ad alto impatto visivo
- **Adatta il contenuto** usa format diversi (post, stories, reels, live)
- **Invita all'interazione** con call to action chiare e coinvolgenti

Favorire l'interazione

Strategie e strumenti di comunicazione social

- **Rispondere tempestivamente** a commenti e messaggi
- **Stimolare conversazioni** (domande, sondaggi, quiz)
- **Creare community attive** (gruppi, hashtag dedicati)
- **Monitorare** feedback e metriche di engagement

Sito Web

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Hub centrale di contenuti e informazioni istituzionali
- SEO e blog per attrarre traffico organico e migliorare la visibilità
- Integrazione con i social (share button, embed, call to action)
- Landing page dedicate per campagne e lead generation
- Esempio: sito ufficiale della Via Francigena → chiaro, ricco di contenuti, con integrazione social <https://www.viefrancigene.org>

Facebook

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Community building e gestione di gruppi
- Strumenti pubblicitari avanzati (Ads Manager)
- Targeting preciso per età, interessi e comportamenti
- Formati: post, eventi, video, dirette
- Esempio di community building: Gruppo “Camminid’italia” (ottimo esempio di community attiva)
- <https://www.facebook.com/groups/camminiditalia>

Instagram

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Visual storytelling (foto, reels, stories)
- Forte impatto su lifestyle, moda, viaggi, food
- Hashtag strategici per aumentare la visibilità
- Collaborazioni con influencer e creators
- Esempio di storytelling visivo ben fatto:
- Profilo @italiait (account ufficiale ENIT) → ottimo uso di reels e stories <https://www.instagram.com/italiait/>

TikTok

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Video brevi, creativi e virali
- Pubblico giovane e dinamico
- Algoritmo basato su interessi, non solo follower
- Challenge, trend e musica come leve di engagement
- Esempio di trend virale legato al turismo:
- Profilo @visititalyofficial → storytelling creativo con musica e challenge
<https://www.tiktok.com/@visititalyofficial>

YouTube

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Piattaforma leader per video storytelling e tutorial
- Ottimizzazione titoli, descrizioni e tag (SEO video)
- Playlist tematiche per fidelizzare e organizzare i contenuti
- Live streaming ed eventi digitali per community engagement
- Esempio: canale “Italia.it” → playlist tematiche e storytelling visivo
- <https://www.youtube.com/@italyit>

LinkedIn

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Networking professionale e personal branding
- Company page per autorevolezza e thought leadership
- Contenuti B2B (articoli, case study, insight di settore)
- Advertising mirato per ruoli, settori e aree geografiche
- Esempio di pagina aziendale con forte brand positioning.
- Esempio: ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo su LinkedIn
<https://www.linkedin.com/company/enit-spa>

X (ex Twitter)

Strategie e strumenti di comunicazione social

- Comunicazione rapida e in tempo reale
- Ideale per news, eventi live, customer care
- Thread e trending topics per aumentare reach
- Ottimo per networking professionale
- Esempio di live coverage:
- Profilo @emergency_ong → aggiornamenti in tempo reale, tono immediato e diretto https://twitter.com/emergency_ong

Riassumendo

Strategie e strumenti di comunicazione social

- **Facebook e Instagram** → per comunità locale e turismo.
- **TikTok e YouTube** → per promozione creativa e narrativa.
- **LinkedIn e Twitter** → per relazioni istituzionali e promozione.
- **Sito web** → hub centrale che collega tutto.

Best practices

Strategie e strumenti di comunicazione social

- **Pianificare** con un piano/calendario editoriale
- **Misurare** e ottimizzare con analytics
- **Integrare** comunicazione organica e paid
- **Coerenza** tra messaggio, immagine e obiettivi