



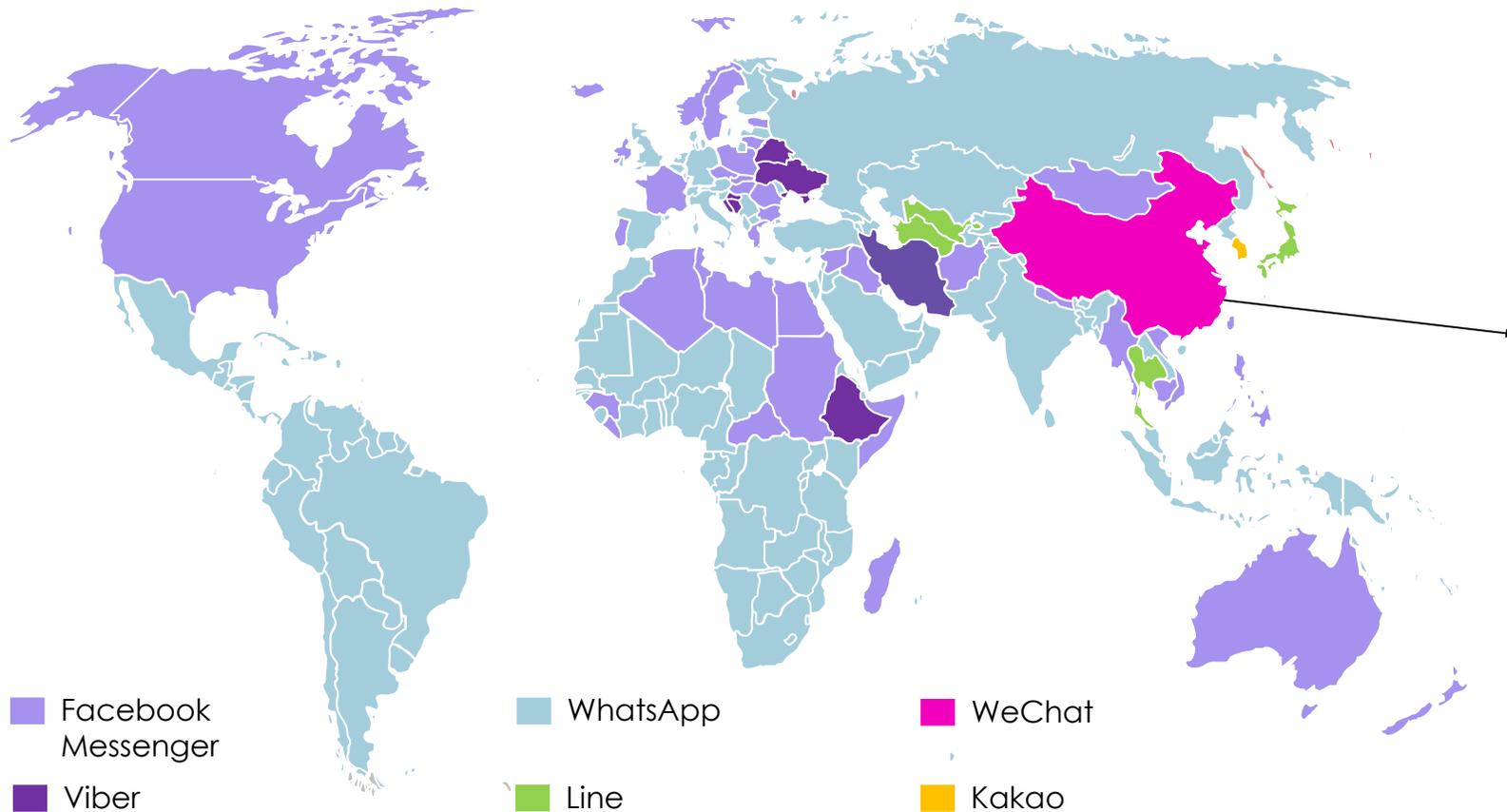
Fare marketing con WeChat

*Guida alle funzionalità della
piattaforma per le aziende*



1. *WeChat*
2. WeChat account ufficiale
3. Post su WeChat
4. QR Code
5. WeChat Wallet
6. Mini-program
7. ADV

Social media nel mondo



Se in quasi tutto il mondo vengono usati social network come Facebook o WhatsApp, questo non è il caso della Cina.

In Cina i social più utilizzati sono quelli locali, tra questi il più famoso è WeChat.

WeChat Social Network



WeChat è il social network più usato in Cina. Oltre ad offrire servizi di **messaggistica** permette all'utente di sfruttare una serie di funzionalità che lo rendono un *must-have*, tra cui: **informarsi, seguire brand, prenotare attività, acquistare online e fare pagamenti.**

- **1,070 milioni** di utenti attivi giornalmente;
- **66 minuti**, tempo medio giornaliero speso dagli utenti su WeChat;
- **Più di 1.5 milioni** di **Brand attivi**

WeChat in numeri



- 34% del traffico su mobile deriva da WeChat
- 30% del tempo trascorso su Internet da mobile avviene su WeChat
- > **17 milioni** di account ufficiali
- **745 milioni** di utenti attivi mensilmente
- 86,2% degli utenti hanno **18-40 anni**
- 1 milione di **mini-programmi** usati da 600 milioni di utenti
- > 170 milioni di utenti usano mini-program ogni giorno

Servizi WeChat

Chat multifunzione: messaggistica, note vocali, chiamate vocali e videochiamate

Creazione di «**momenti**» che rimangono sulla timeline: gli utenti possono commentare, mettere like e condividere

Possibilità di **prenotare servizi** dall'App come ristorante, taxi, visite

Account ufficiali: 1,7 milioni di aziende già registrate

Chat singole e di gruppo

Pagamento tramite App, attraverso la funzione **WeChat Pay**

Mini-Program che ingaggiano l'utente/cliente: e-commerce, giochi, coupon, realtà aumentata

Layout di WeChat

Button
Account ufficiali

Contatti



Schermata "contatti"



Schermata "chat"

Account ufficiali che
appaiono in blu nella
lista delle chat attive

Layout di WeChat

Momenti di WeChat

Scan

Cerca

Mini-program

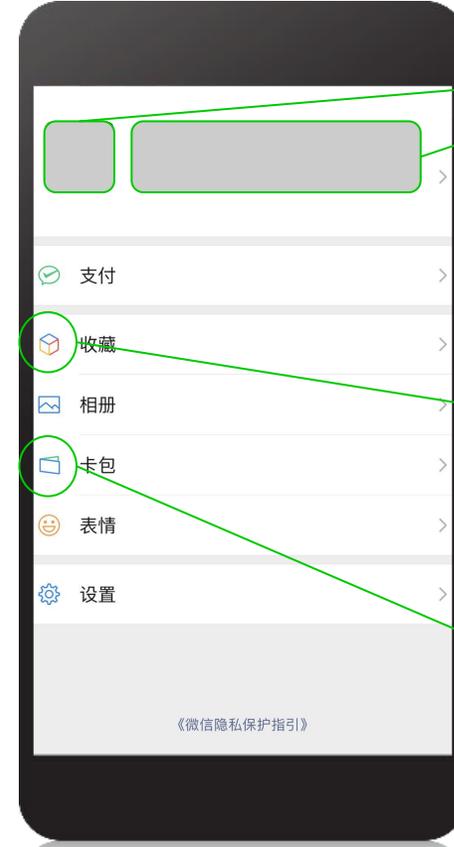


Schermata "scopri"

Foto e nome account

Preferiti: è possibile salvare contenuti interessanti

Portafoglio WeChat



Schermata "io"



1. WeChat
2. *WeChat account ufficiale*
3. Post su WeChat
4. QR Code
5. WeChat Wallet
6. Mini-program
7. ADV

WeChat *account ufficiale*

L'account ufficiale permette ai Brand di:

- Attrarre **potenziali clienti**;
- Aumentare **brand awareness**;
- Inviare **notifiche push** ai contatti che seguono la pagina;
- **Fidelizzare** il cliente;
- Reindirizzare l'utente al **sito web / pagina e-commerce** dell'azienda.



Official account: differenti tipologie

Vi sono tre tipologie principali **Enterprise, Service e Subscription**, tra cui le ultime due sono le più utilizzate.

ENTERPRISE

Solitamente utilizzato all'interno dell'azienda

Richiedono l'approvazione da ambo le parti, utenti e account ufficiale

Non può essere condiviso

SERVICE

Appare nella lista contatti dell'utente, di colore blu

Permette di inviare 4 notifiche push ogni mese

Il più completo in quanto offre servizi aggiuntivi quali geolocalizzazione utente ecc

SUBSCRIPTION

Raggruppato in una cartella dedicata alle sottoscrizioni

Permette di mandare messaggi con una frequenza maggiore, 1 al giorno.

Non ha servizi aggiuntivi ma è più semplice da aprire

WeChat: Subscription VS Service Account

	<i>Subscription</i>	<i>Service</i>
Number of messages	1 per day	4 per month
Visibility	Messages arrive in the folder "Subscription"	Messages arrive in private chat
Integrated with Mini-program	✓	✓
Costumed Menu	Need to Apply	✓
Wechat Pay	Need to Apply	✓
Note	Can apply in personal	Request of Business License

WeChat *account ufficiale*



Gli account ufficiali sono mostrati nella lista delle chat in blu.

Cliccandoci su, gli utenti sono reindirizzati in un'area brandizzata con articoli/newsletter.

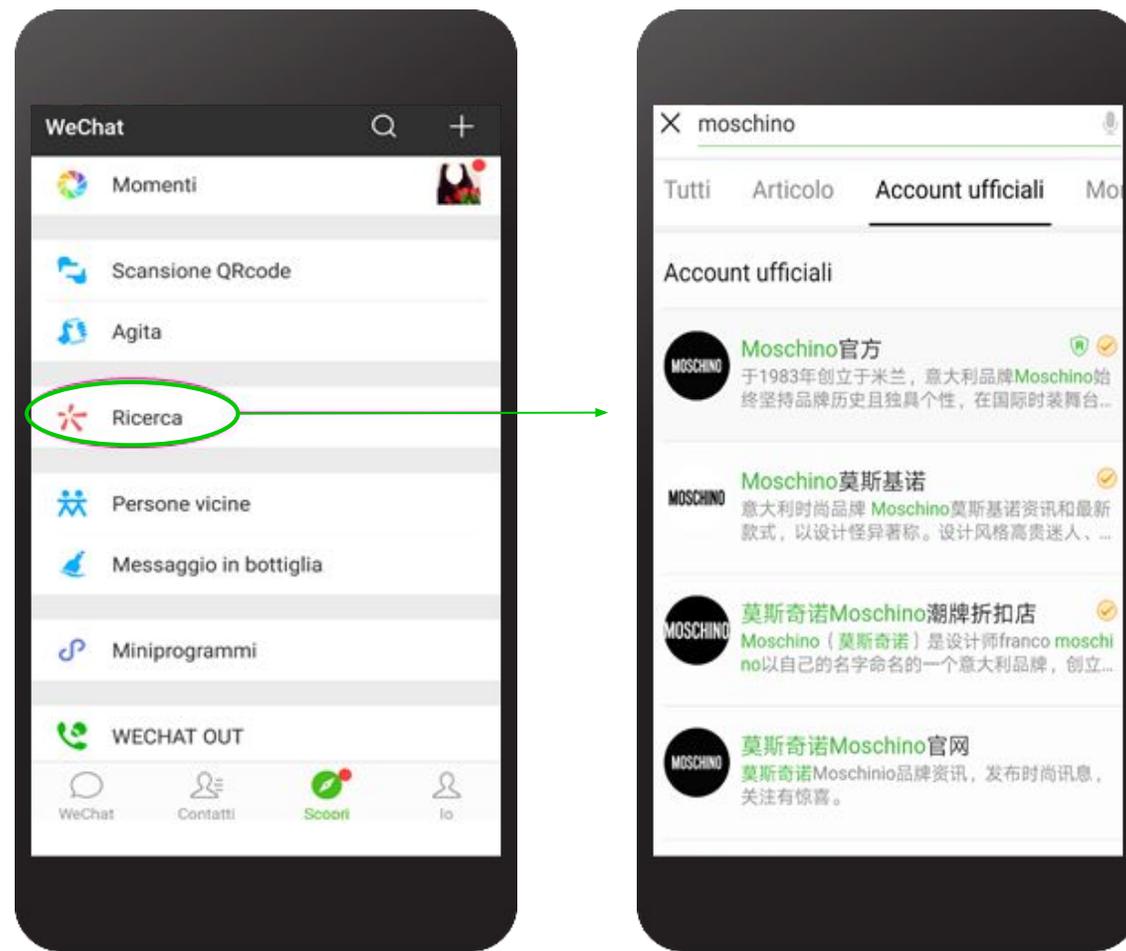
Sotto, alcuni menu personalizzabili.



Account ufficiali WeChat: *come vengono trovati*

1

Tramite la funzione **Ricerca** di WeChat è possibile trovare qualsiasi tipo di contenuto e account, grazie alla comoda divisione in sezioni



Account ufficiali WeChat: *come vengono trovati*



Account ufficiali WeChat: *come vengono trovati*

Adv sulla bacheca «momenti» con pulsante che porta direttamente all'account ufficiale



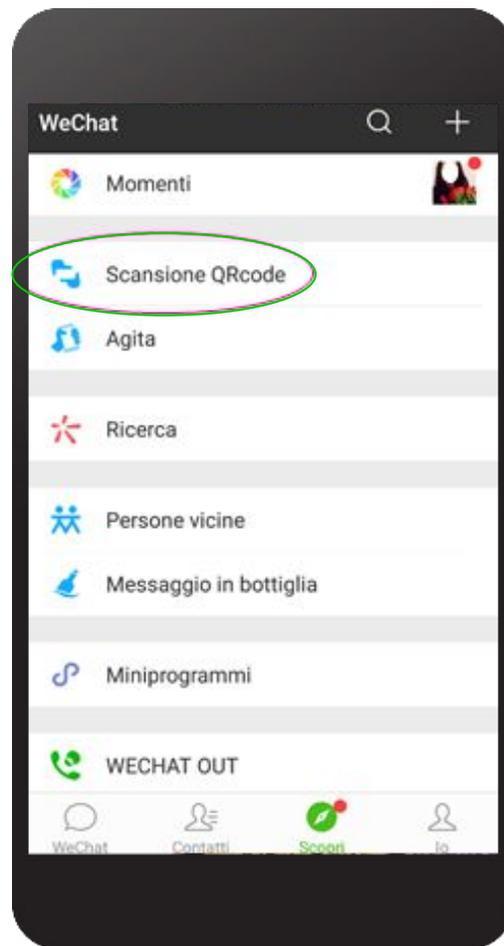
3



Account ufficiali WeChat: *come vengono trovati*

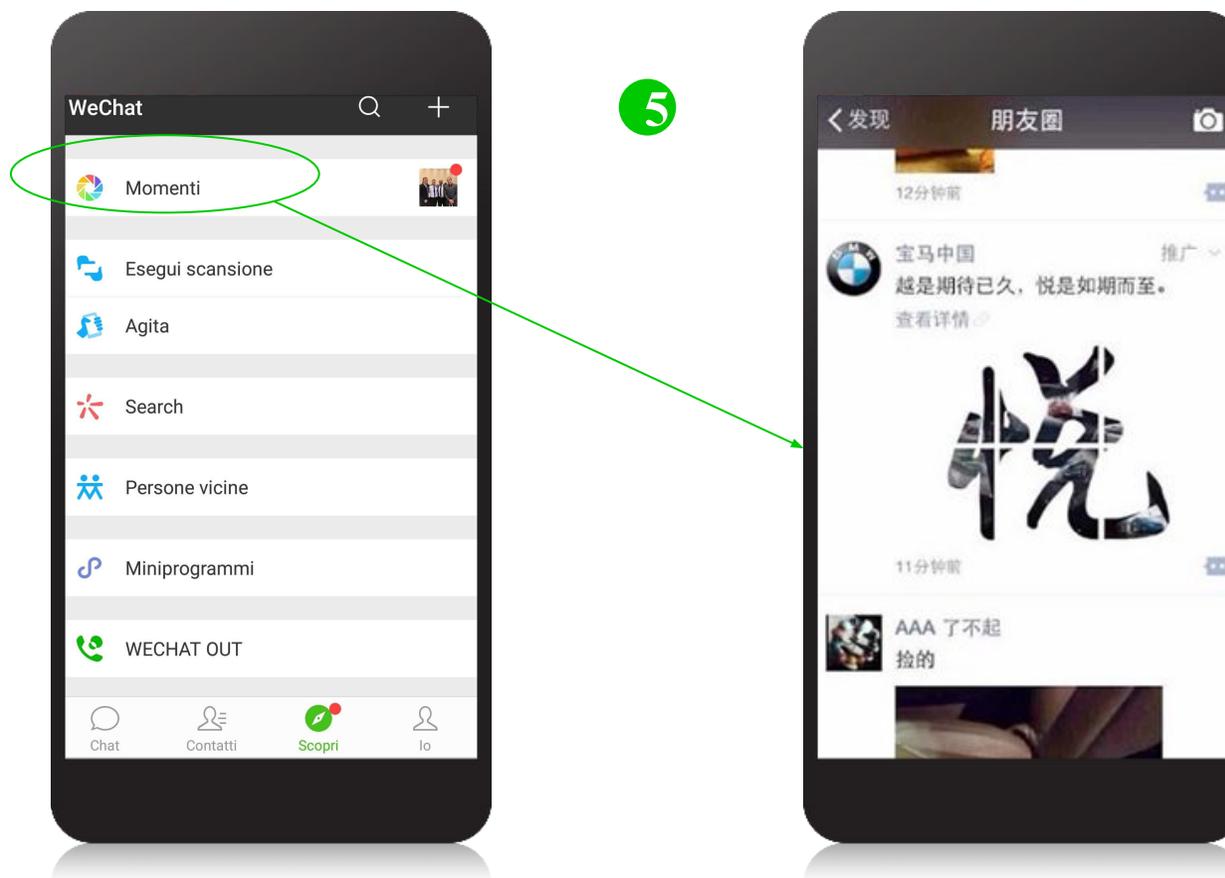
4

Scannerizzazione
di QR code offline



Account ufficiali WeChat: come vengono trovati

Sponsorizzazione nei «**WeChat moments**». Proprio come la bacheca di Facebook, in essa sono contenuti post degli utenti e annunci pubblicitari.



Aprire un account ufficiale WeChat

La procedura per l'apertura di un account ufficiale WeChat richiede:

- Almeno 2/3 mesi in media
- Documentazione che verrà poi verificata da Tencent
- Investimenti piuttosto elevati negli Adv e CPM
- La procedura deve essere richiesta sulla versione cinese del sito di WeChat, poiché altrimenti l'account non risulterebbe visibile in Cina.



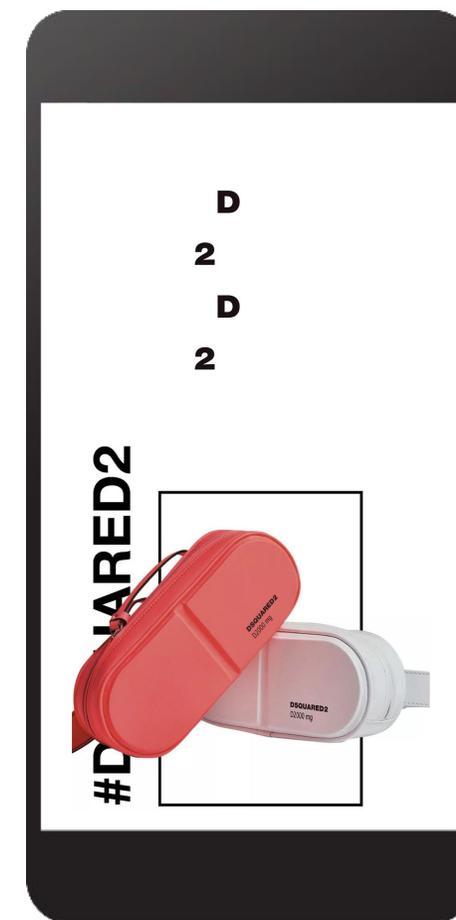
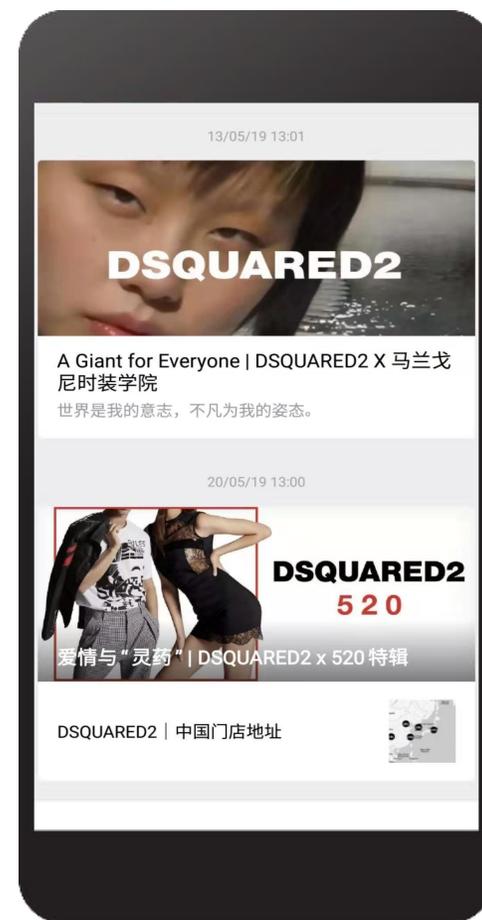
1. WeChat
2. WeChat account ufficiale
3. ***Post su WeChat***
4. QR Code
5. WeChat Wallet
6. Mini-program
7. ADV

Post di WeChat

Comunicare attraverso WeChat richiede alcuni accorgimenti. I post sono più lunghi rispetto a quanto siamo abituati e appaiono come **newsletter**, come se i Brand raccontassero la loro storia all'utente.

Questi possono contenere immagini, GIF o video e possono essere "open" o non.

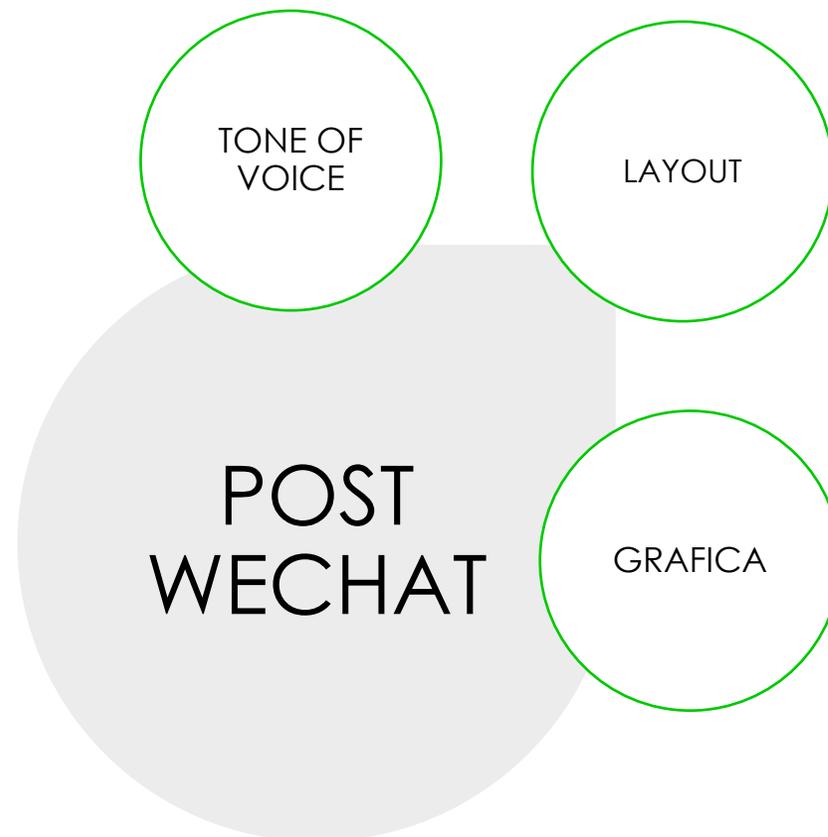
Un contenuto "open" può essere visto da chiunque e condiviso. In caso contrario il post è "privato" e visibile solo a chi segue il Brand su WeChat.



Post di WeChat

3 elementi sono necessari per assicurare il successo di una newsletter su WeChat:

- Tone of voice
- Layout
- Grafica

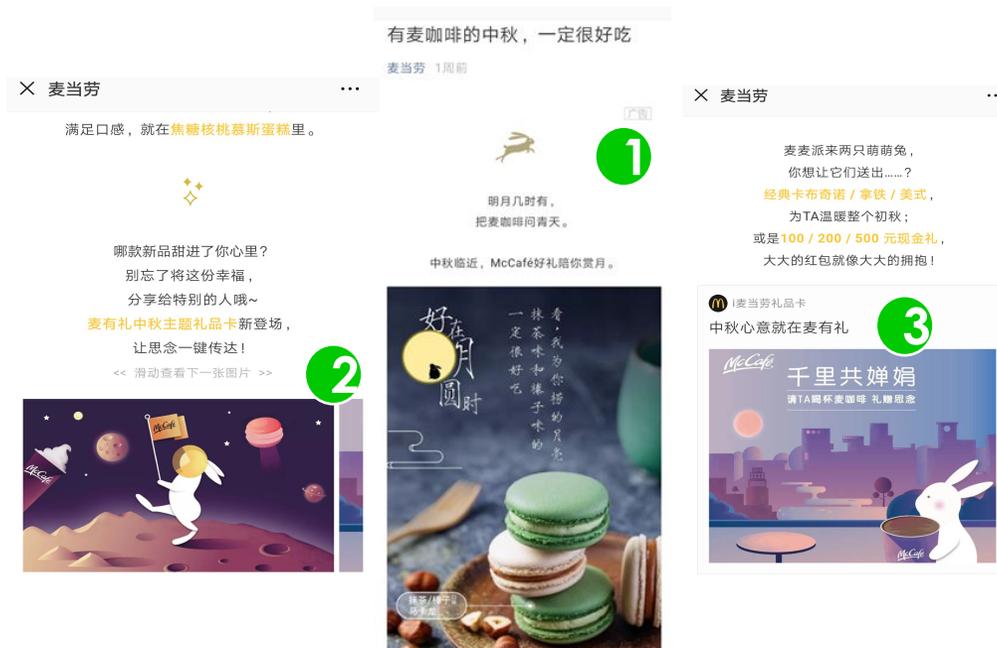


Post di WeChat

Tone of voice: come si comunica il messaggio, rispettando le caratteristiche del Brand e considerando il target di utenti a cui ci si riferisce (**colloquiale, smart, formale, ...**)

Layout: solitamente agli utenti cinesi non piacciono post troppo ricchi di testo; preferiscono articoli con molte **immagini e video**.

Grafica: agli utenti cinesi piacciono contenuti **curati e accattivanti**.



Case study: McDonalds

- GIF
- Grafiche che catturano l'attenzione
- Link al mini-program



1. WeChat
2. WeChat account ufficiale
3. Post su WeChat
4. *QR Code*
5. WeChat Wallet
6. Mini-program
7. ADV

WeChat: QR code

I QR code sono dei codici a barre 2D che possono fare da **ponte tra il mondo reale e quello digitale**. Infatti, se scannerizzati tramite smartphone rimandano a contenuti digitali. Su WeChat:

- Possono essere usati per **connettersi** tra account;
- Per **partecipare a chat** di gruppo;
- Per **raggiungere account** ufficiali;
- Essere reindirizzati su **contenuti** specifici.



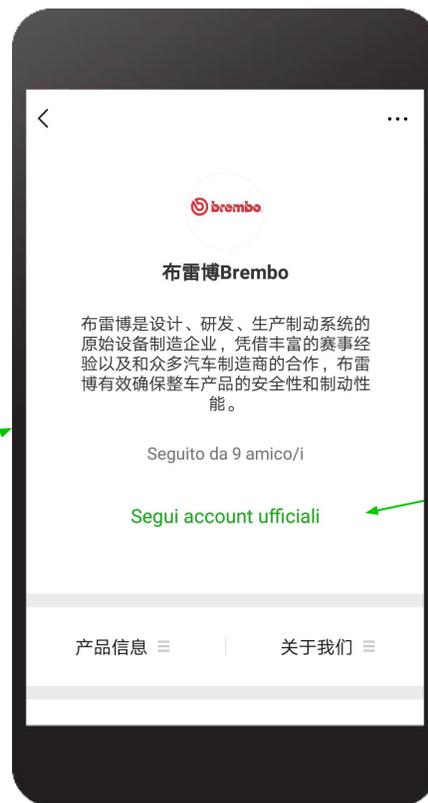
Case study: Brembo

WeChat: QR code

Solitamente, alla fine del post viene inserito il QR code dell'azienda.

Si cercano sempre soluzioni innovative per creare e condividere QR code piacevoli visivamente e "memorabili".

Scannerizzando il QR code l'utente viene rimandato alla pagina ufficiale dell'account.



Qui, l'utente può vedere tutti i post pubblicati dall'azienda e scegliere di seguire l'account ufficiale.

Quando si segue l'account ufficiale, l'azienda invia direttamente la newsletter all'utente in una chat individuale.

Case study: Brembo

WeChat: QR code



I QR code possono anche essere 'fisici'. Apposti in luoghi fisici e scannerizzati tramite smartphone possono rimandare a:

- Pagina ufficiale
- Sito web
- Mini-program
- E-commerce

Sono anche usati per effettuare pagamenti con «WeChat Wallet».



1. WeChat
2. WeChat account ufficiale
3. Post su WeChat
4. QR Code
5. ***WeChat Wallet***
6. Mini-program
7. ADV

WeChat **Wallet**

WeChat wallet permette agli utenti di **eseguire pagamenti direttamente da WeChat**. L'utente cinese può connettere al proprio account una carta di credito cinese o il conto corrente cinese, per poter operare pagamenti in-App. Allo stesso modo, i Brand possono attivare il proprio e-commerce grazie alla funzione Wallet.

- Può essere anche usato per innumerevoli altre attività: prenotare una cena, i posti al cinema, un taxi, ecc.



WeChat *Wallet*

- WeChat Wallet è usato anche per inviare piccole quantità di denaro ai contatti come **Lucky Red Packet** (红包, *hóngbāo*). Nella cultura cinese è usanza, durante occasioni speciali, regalare buste rosse contenenti soldi. I Brand, secondo lo stesso principio potrebbero sfruttare le occasioni speciali offrendo premi o ricompense per fidelizzare i clienti.



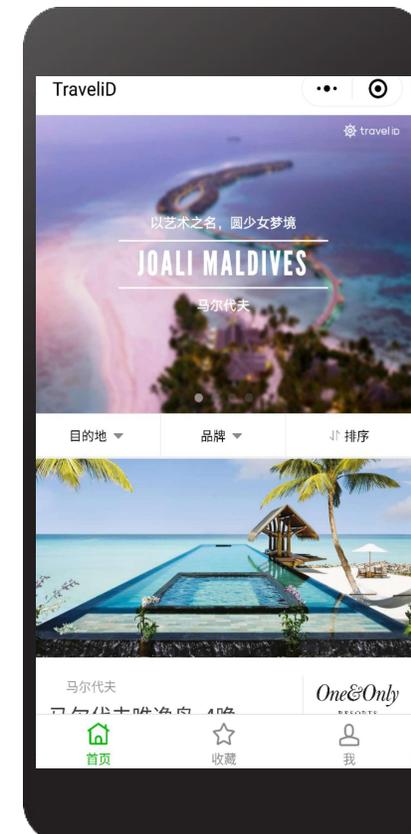


1. WeChat
2. WeChat account ufficiale
3. Post su WeChat
4. QR Code
5. WeChat Wallet
6. *Mini-program*
7. ADV

WeChat *mini-program*

Un mini-program è una “**mini-App**” interna all’ecosistema di WeChat. Queste piccole applicazioni non hanno bisogno di essere scaricate sullo smartphone.

- **600 milioni** di utenti attivi ogni giorno
- Incrementa il tempo di permanenza sulla piattaforma.
- Un trend emergente che i Brand utilizzano per **umentare l’engagement** con clienti e consumatori.



WeChat *mini-program*



- Mini coupon

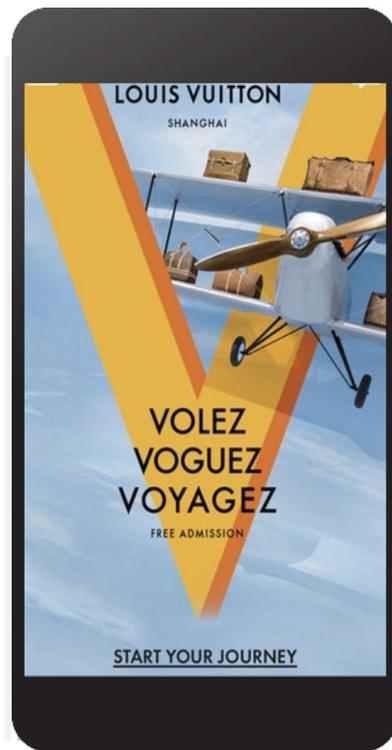
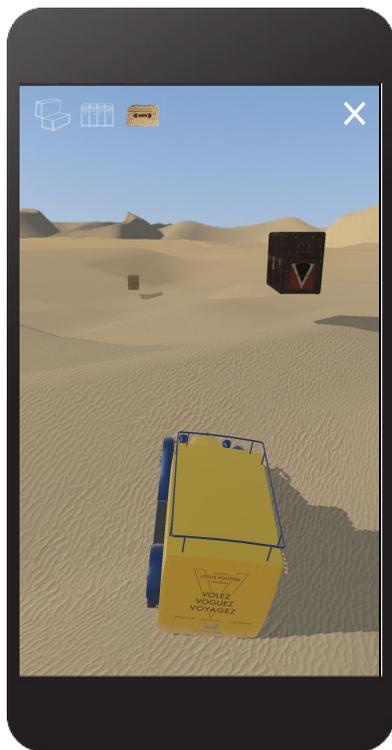


- Possibilità di acquistare direttamente nella mini-App.



- Le mini-App forniscono servizi aggiuntivi di diverso tipo: **e-commerce, task management, coupon, giochi, realtà aumentate** e altro.
- Permettono di migliorare la **relazione** tra brand e consumatore e di aumentare la **fedeltà** di quest'ultimo, grazie a sconti e carte fedeltà.

Esempi di *mini-program*

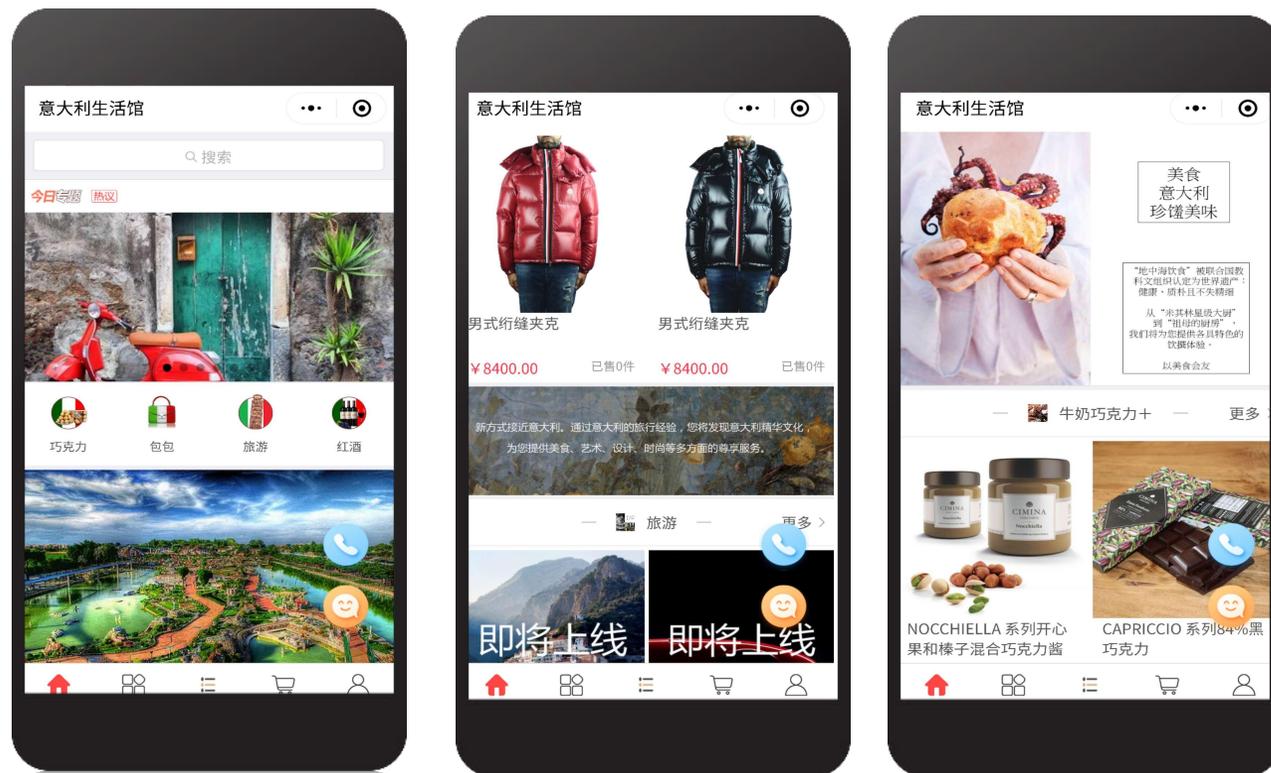


- “Trunk in the Sand”, il mini-game di Louis Vuitton per rendere unica la mostra all'Exhibition Center di Shanghai che ripercorreva la storia del Brand dalla sua fondazione.
- Una caccia al tesoro in mezzo al deserto alla guida di un camioncino storico brandizzato LV. I tesori sono scrigni che contengono prodotti del Brand e relative informazioni.

Louis Vuitton mini-game “Trunk in the Sand”

Esempi di *mini-program*

- Italian Life Style è la piattaforma e-commerce che offre all'interno di **WeChat** diverse categorie di prodotto legate allo stile di vita italiano.
- Qui utenti possono informarsi sul Brand e finalizzare acquisti online direttamente in-App.



Mini e-commerce "Italian Life Style"

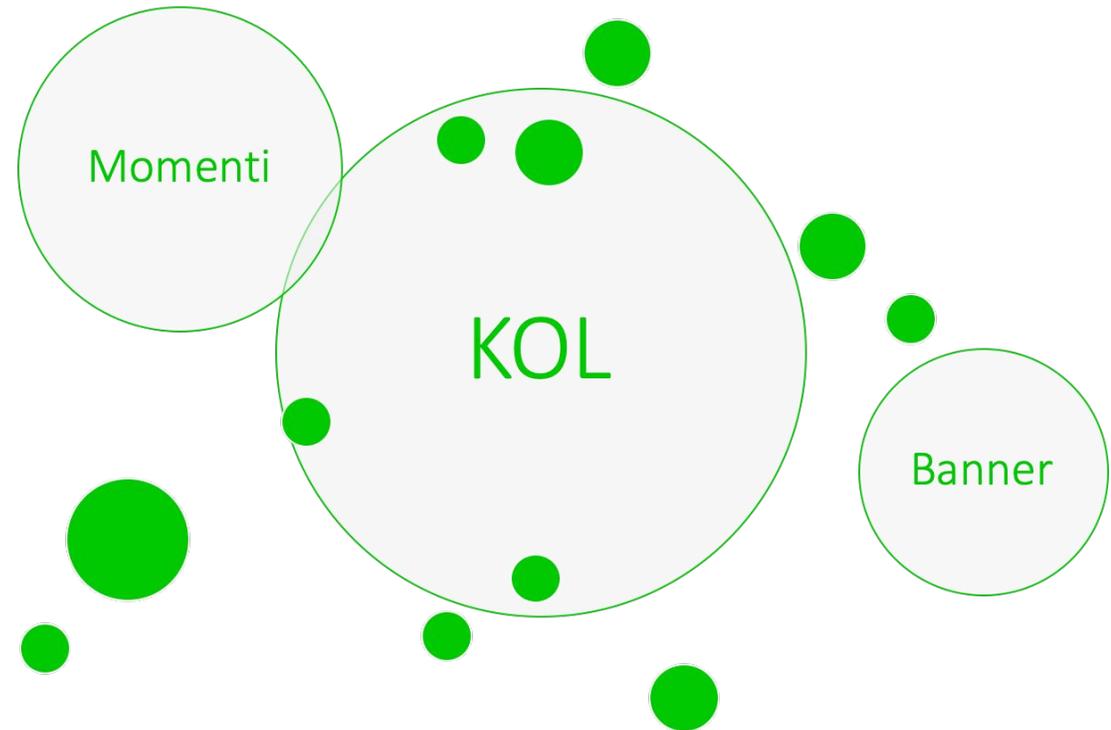


1. WeChat
2. WeChat account ufficiale
3. Post su WeChat
4. QR Code
5. WeChat Wallet
6. Mini-program
7. ***ADV***

Gestione dell'Adv

Ci sono **4 modalità** per fare Adv su WeChat. E' importante personalizzare la strategia per ogni Brand, rispetto al budget, ai KPI e alle caratteristiche specifiche del settore.

- Momenti (due tipi);
- Banner;
- Collaborazione con Key Opinion Leader



Adv WeChat Moments



1. Parte grafica: fino a 6 immagini o video di max 15 secondi;
2. Parte testuale: testo da personalizzare
3. Cliccando su foto, video o sul testo l'utente può essere reindirizzato:
 - a. al mini-program di WeChat
 - b. alla newsletter di WeChat
 - c. alla pagina HTML
4. Engagement con commenti e like

Adv WeChat Moments: pagina HTML

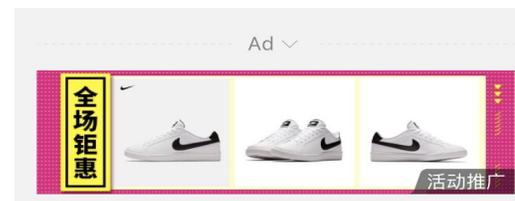
Case study: Gucci Campaign of ss 2019



1. Segui l'account ufficiale
2. Visita la boutique offline

Adv WeChat: Banner

Annunci che appaiono alla fine o in mezzo agli articoli di altri account ufficiali.



Promozione di eventi



Promozione di prodotti



Account follow card



Coupon per sconti

Collaborazione con i **KOL**

Ingaggiare KOL è **uno dei modi più efficaci** per promuovere i Brand su WeChat. I KOL rafforzano l'immagine del brand e spingono l'utente all'acquisto.

Case study: Bvlgari

Storie di donne forti ed indipendenti (rimandi a film come Mission Impossible o 007) che indossano anelli di Bvlgari. Il post ha raggiunto più di 100 mila visualizzazioni (numero massimo che può essere mostrato).

推广||张雨绮又离婚了! 所以越美的女人一定越危险?

黎贝卡的异想世界 昨天

今天张雨绮离婚的新闻快要刷爆票圈了~

好多人说, 她的个性也太狠了, 昨天被传“暴打”了老公, 今天就公开宣布离婚了。不少网友都说被她这波风风火火的操作圈粉了~



也有人说, 这很张雨绮, 她在圈中的人设向来都是敢作敢当的直性子御姐。前阵子在小红书上应该有不少人也见识到了, 放话“碎钻不值钱”, 直言“做超声刀像烤肉一样”.....

我身边有一直很喜欢她的朋友, 说张雨绮之所以

黎贝卡的异想世界 ...

凡妮莎·柯比

月初上映的《碟中谍6》, 想必你们都看了, 已经年过半百的阿汤哥还是那么能打。当然, 除了铁打的阿汤哥, 每一部的谍女郎也是充满噱头。

不过这次让我最惊艳的不是被阿汤哥翻了两次牌子的女主, 而是游刃于黑白之间的女二“白寡妇”。



她在电影里是一个黑市军火商, 拥有超强政治人脉、假借社会活动家和慈善家身份进行军火交易洗钱。

黎贝卡的异想世界 ...

舒淇

其实国内也有这样的女明星, 张曼玉这种老戏骨就不说了, 她实打实演过《青蛇》里的蛇蝎美人, 在瀑布色诱法海那段, 至今仍是我私人的华语电影最性感moment, 别说法海, 连我都动心了。

让我爆发过直男属性的, 还有女神舒淇。

她的性感自然不必说, 早已成为她身上最著名的标签之一了。



黎贝卡的异想世界 ...

很入的原因就颜值高、辨识度也很高。因为每款香水都有宝格丽独特的珠宝设计, 还被称为“液体珠宝”。

他家新推出的这款 **BVLGARI Goldea The Roman Night**宝格丽罗马之夜女士香水, 光看包装我就很种草! ▼



瓶身的轮廓特别大气, 而且是有讲究的, 灵感来自罕见珍贵的时刻——太阳、月亮和地球连成一线, 也就是日环食, 还蛮有趣的。

黑金配色也很经典, 看上去就有种“不好驾驭”的气势, 很适合气场强大的女同学。▼

黎贝卡的异想世界 ...

当年女神和冯德伦的婚礼虽然一切从简, 但婚戒却绝不马虎。除了钻戒, 还精心挑选了宝格丽的 Serpenti 灵蛇系列白金对戒, 跟女神性感不羁的气质也是十分相衬。▼



关于宝格丽灵蛇系列, 最佳代言人就数伊丽莎白·泰勒了。这位“埃及艳后”可以说是性感尤物界的

黎贝卡的异想世界 ...

快点击 [阅读原文](#) 去抢购吧~

部分图片来源网络, 版权归原作者所有, 如有侵权请邮件联系【missbecky@beckysfantasy.com】, 我们将及时处理。

这是来自黎贝卡的定制广告
编辑助理: Meow、小斯、PM、飞飞
摄影师: 比比
实习生: 忆心

21天点赞打卡之Day 19!
还有3天, 冲鸭~

文章已于2018-09-28修改
阅读原文 阅读 100000+ 523



Altri dubbi?

Contattaci

TRIBOO
EAST MEDIA

info@east-media.net +39 02 64741420

info@triboo.it +39 02 64741401

MILANO

Viale Sarca, 336
Edificio Sedici
20126 Milano (MI)
Italia

ROMA

Via C. Colombo, 112
Palazzina E
00147 Roma
Italia

SHANGHAI

Room 1803
No. 885 Ren Min Road
Huangpu District - Shanghai
China