



Perché i tuoi clienti amano il tuo brand sui social e 3 motivi per cui ti conviene ricambiarli

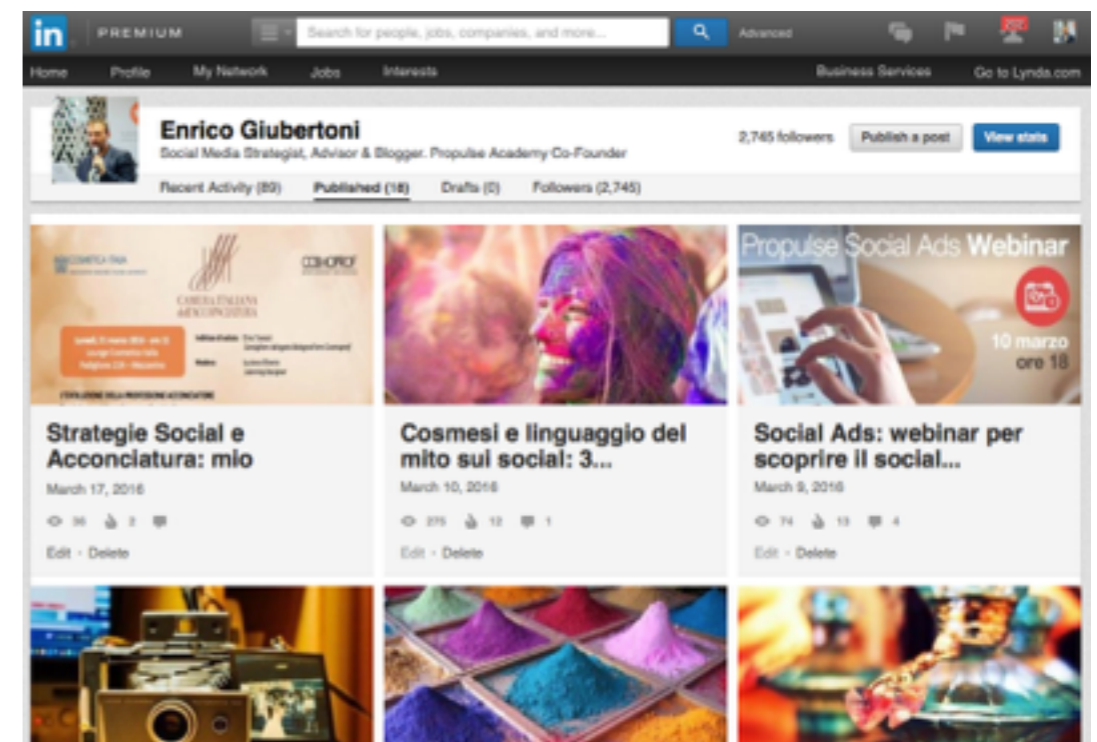
Enrico Giubertoni
www.buzzes.eu



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

Enrico Giubertoni - Social Media Strategist - Blogger

- Aiuto le imprese del settore cosmesi all'organizzazione dei loro canali social per:
 - ▶ **incrementare l'efficacia delle strategie di marketing attraverso i digital & social media.**
 - ▶ **Organizzare i Marketing Team del settore Cosmesi nel gestire la comunicazione sui canali social**
- Blogger: Cosmetica Social Pulse (LinkedIn)
- Blogger: www.buzzes.eu
- Trainer in #Social #SEM #SMM Master
- LinkedIn: [Linkedin.com/in/enricogiubertoni](https://www.linkedin.com/in/enricogiubertoni)
- Twitter: @buzzes



I social a volta sono faticosi e non sempre è chiaro come usarli. Ma ci danno delle opportunità

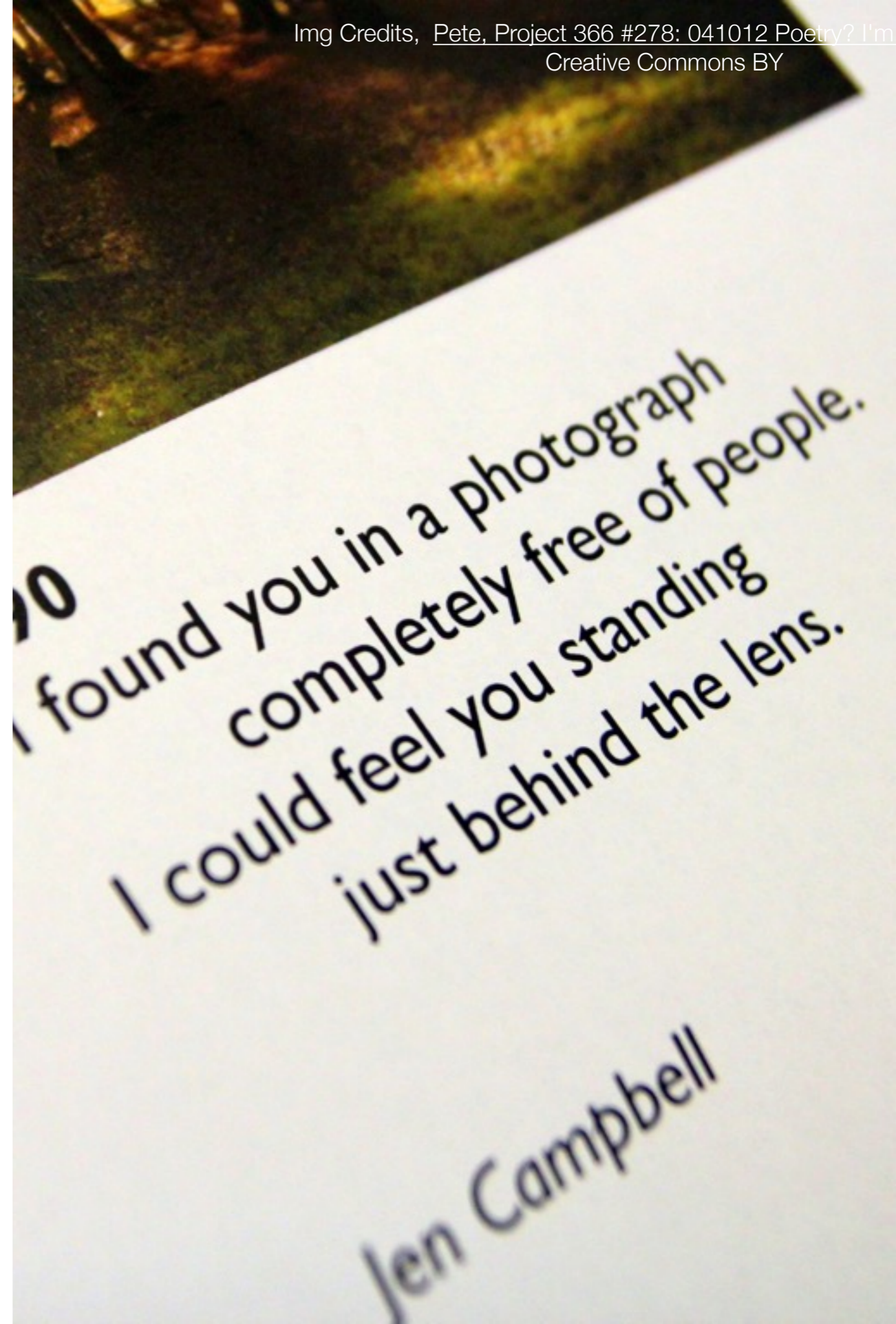
- **Perché i tuoi clienti amano il tuo brand sui social**
- **Perché il Social Commerce è importante per la Cosmesi**
 - Come i Social concorrono nel creare l'effetto d'acquisto
 - Chi sono i segmenti più sensibili al social commerce
 - Come i social influenzano la generazione di prodotti
- **BONUS TIP: 3 consigli pro Brand Awareness, Engagement & Conversioni**



UNA DOMANDA

Qual è il social Network
che genera più valore
(carrello) negli acquisti?

1. Twitter
2. Facebook
3. Instagram
4. Google+
5. YouTube



Di quelli più conosciuti ... Instagram

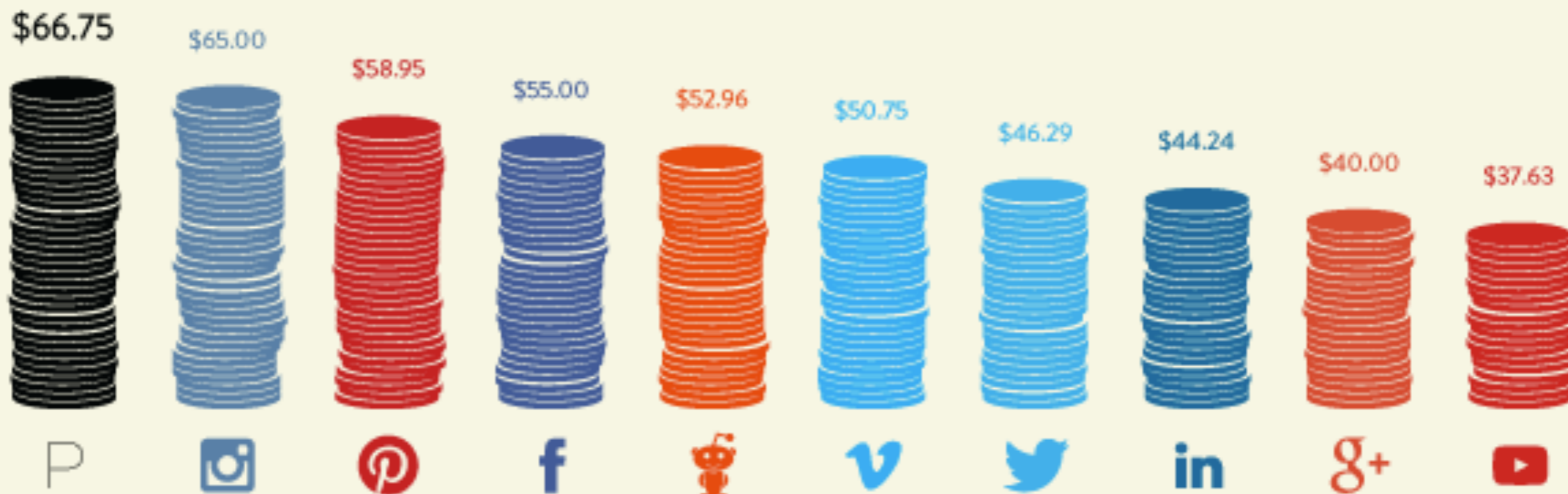
Ma c'è una sorpresa ... ;)



Photo Credits: [Lindy Seagall](#)

AVERAGE ORDER VALUE

Polyvore surprised us by sitting in the top spot with an impressive \$66.75 average over 436 orders (Q3 2013).



Average Order Value
by Social Channel



Fonte: sproutSocial

Condividi usando l'hashtag #CosmeticalItalia

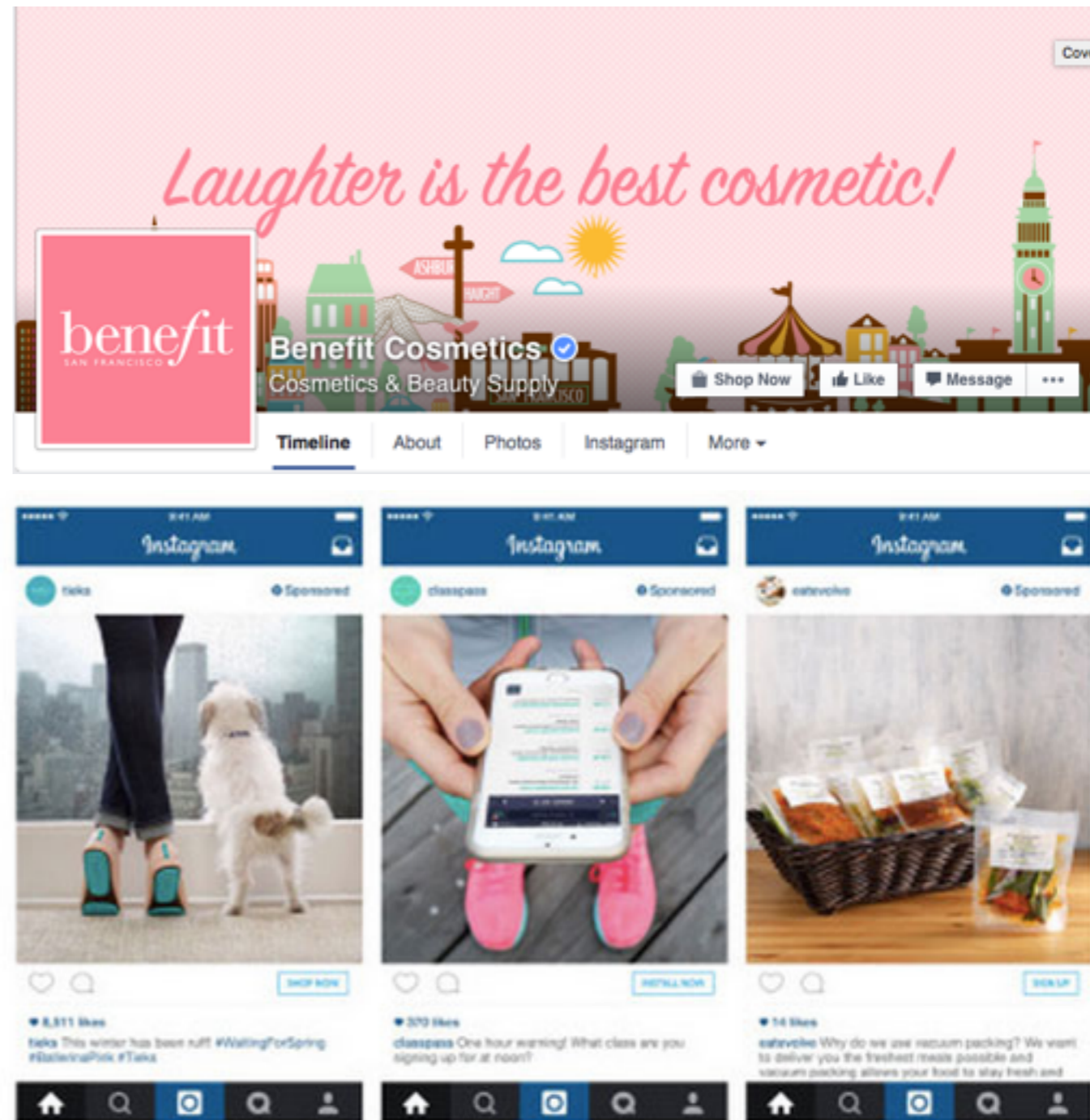
I canali social generano acquisti: non a caso si parla di social commerce

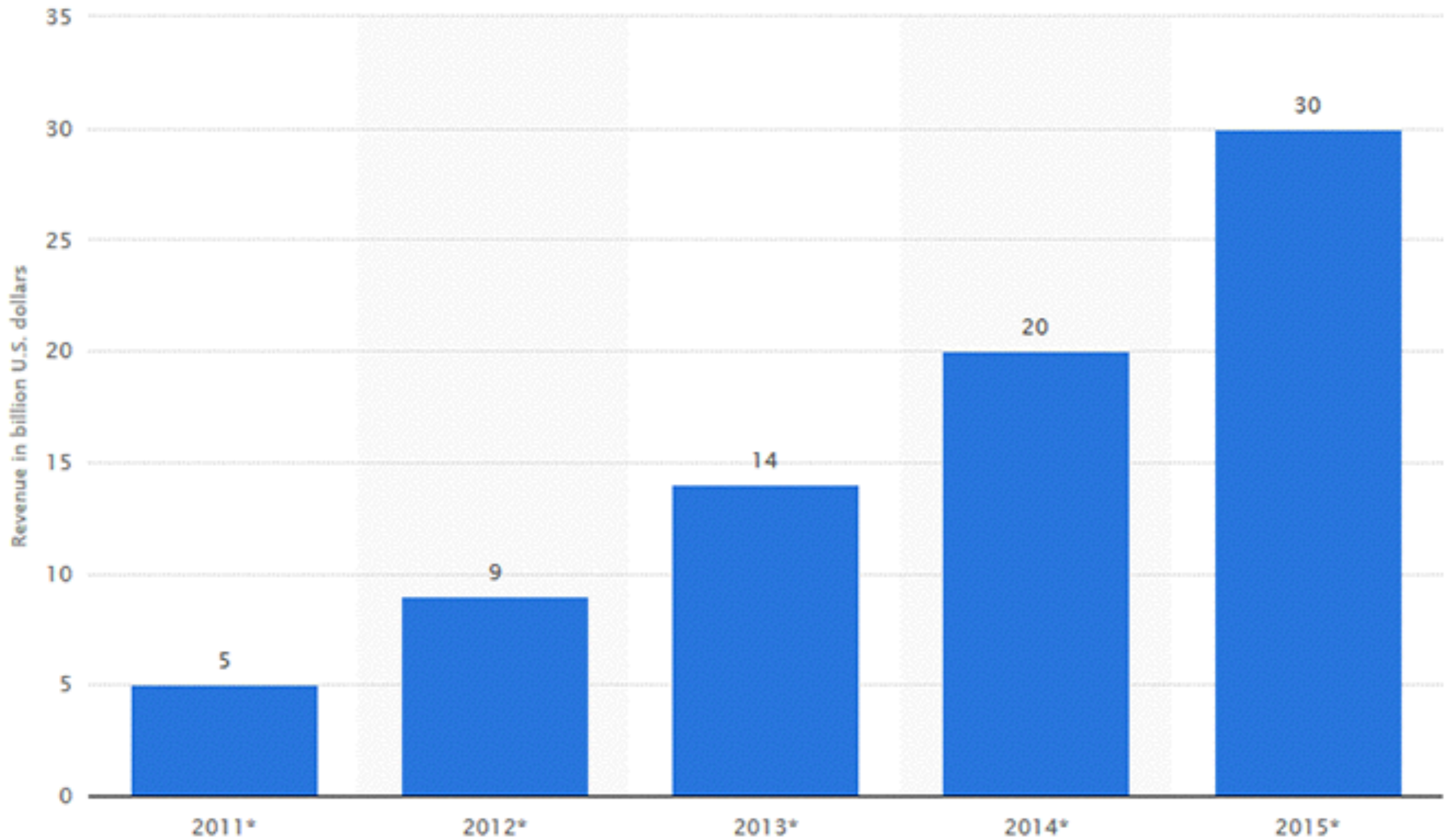
Il Social Commerce è un termine che include ogni forma di commercio, **sia esso offline sia esso online** favorito da interazioni generate da canali social



Social Commerce: alcuni dati

1. 30 miliardi \$ di fatturato nel 2015
2. Facebook genera l'85% delle vendite grazie al pulsante **“Shop Now”**
3. Instagram nell'Ottobre 2015 ha introdotto il pulsante **Shop Now** via Social Ads
4. **Polyvore** genera il più alto numero di ordine medio 67\$
5. Le piattaforme video hanno un tasso di conversione di circa 1,16%





Social Commerce: La crescita del fatturato dal 2011 al 2015

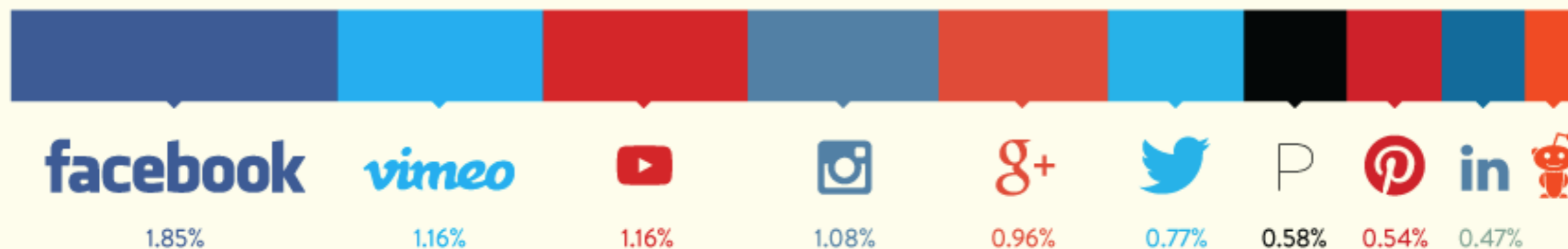
*Social Commerce:
revenue in Bln \$ (source
Trueship.com)*



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalia**

CONVERSION RATE

The rate at which a visitor went on to purchase an item after visiting. Video content consistently converts at 1.16%.



Tasso di conversione per
Social Commerce



Fonte: [Shopify.com](https://www.shopify.com)

Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

Millennial più sensibili al Social Commerce: Beauty, Hair & Cosmesi i settori più voluti

- I **Millennial**: generazione nata dal 1980 e il 2000
- Il **48%** dei **Millennial** usa lo smartphones per gli acquisti
- Il **21%** usa il **tablet** per gli acquisti online
- Il **35%** dichiara di usare pulsanti “**Buy Now**” oppure “**Shop Now**”
- **Hair, beauty** and apparel sono le top product category per i **Millennial**
- **66%** Millennial si dichiarano sensibili a campagne **discount & Coupon**
- **31%** Millennial acquista un prodotto dopo avere fatto un like su Facebook, 17% un Tweet, 28% dopo un Pin su Pinterest.
- Spesa media tra i **\$20-74** quando acquistano online da Social Network




Millennial sono ORA più attivi ... ma i Baby Boomers e i Seniors non sono da meno ...

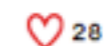


Glorious mandarin



Creato da [beatrice-g970](#) 
4 giorni fa. 175 visite. 28 likes.
[Follow](#)

#springscent

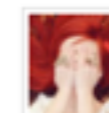


COLLECT

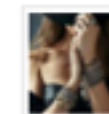


Flag

Due comments



[ernaa0](#)
Wrote 4 giorni fa
enter pls <http://polyv.re/21VIKzB>



[newoutfit](#)
Wrote 4 giorni fa
nice♥



Flora By GUCCI Glorious Mandarin Eau
De Toilette/3.4 oz.

€88 (\$100) SAKSFIFTHAVENUE.COM

[Shop for Gucci fragrance »](#)

♡ LIKE THIS ITEM

MORE STYLING IDEAS

SPRING BEAUTY

GUCCI
Flora

Spring
FEVER

Polyvore: le persone possono creare dei set di Outfit che altri possono votare.

polyvore.com



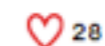
Condividi usando l'hashtag #Cosmeticaltaia

Glorious mandarin



Creato da [beatrice-g970](#)
4 giorni fa. 175 visite. 28 likes.
[Follow](#)

#springscent

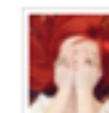


COLLECT

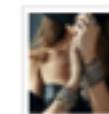


Flag



Due comments



[ernaa0](#)
Wrote 4 giorni fa
enter pls <http://polyv.re/21VIKzB>



[newoutfit](#)
Wrote 4 giorni fa
nice♥

Flora By GUCCI Glorious Mandarin Eau De Toilette/3.4 oz.
€88 (\$100) SAKSFIFTHAVENUE.COM
[Shop for Gucci fragrance »](#)

♡ LIKE THIS ITEM

MORE STYLING IDEAS

Spring FEVER

SPRING BEAUTY

GUCCI
Flora

Polyvore: le persone possono creare dei set di Outfit che altri possono votare.

polyvore.com

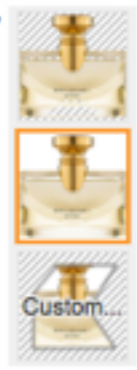


Condividi usando l'hashtag #Cosmeticalta

- Publica
- salva bozza
- Open
- nuovo
- ↶ ↷
- 🔍 🔍
- 🎯

✕ rimuovi ⏪ Ruota 🔄 ruota 📄 copia ⬆️ davanti ⬆️ dietro

BVLGARI pour Femme Eau de Parfum Spray



Women Men Home I miei oggetti collezioni profumi x

cerca 🔍 prezzo ▼ 🇮🇹

cerca: profumi x Clear all

← 1 2 3 4 5 → Next

Ognuno può creare i suoi Set che sono collage di prodotti

polyvore.com



Condividi usando l'hashtag #Cosmeticalta

Pin it

Flora By GUCCI Glorious Mandarin Eau De Toilette/3.4 oz.



Beauty Products > Fragrance > Gucci fragrance >

Flora By GUCCI Glorious Mandarin Eau De Toilette/3.4 oz.

€88 [SAKSFIFTHAVENUE.COM](https://www.saksfifthavenue.com)

Glorious Mandarin is an exuberant expression of the fruits effusive energy. The euphoria it imparts is glorious. The Glorious Mandarin woman is inspiring and intoxicating. Time in her company is enlivening. Her spirited more...

MORE INFO AT [SAKSFIFTHAVENUE.COM](https://www.saksfifthavenue.com)

15

CREA

COLLECT



Flag

MORE ITEMS & LOOKS

STYLING IDEAS

COLLECTIONS

Also try searching for: [Gucci](#), [Edt perfume](#), [Eau de toilette perfume](#)


Merchant links are promoted



Quando clicco su un prodotto
vengo portato su una scheda ...

[polyvore.com](https://www.polyvore.com)Condividi usando l'hashtag [#Cosmeticalta](#)

\$20 Express Shipping on orders over \$100 USD [Details](#)

Search 



Gucci

Flora By GUCCI Glorious Mandarin Eau De Toilette/3.4 oz.
0465871226704


★★★★★ [Write a Review](#)

Q & A: [Ask a Question](#)

\$100.00

- 1 +

ADD TO BAG

 **SHOPRUNNER FREE 2-Day Shipping & Free Returns**
[Learn More](#) | [Sign In](#)

Details

Glorious Mandarin is an exuberant expression of the fruits effusive energy. The euphoria it imparts is glorious. The Glorious Mandarin woman is inspiring and intoxicating. Time in her company is enlivening. Her spirited

... che porta su un sito di eCommerce dove comprarlo



polyvore.com

Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**



PHOTO BY MKHMARKETING CC BY ***

Perché le persone amano
il tuo brand cosmetico sui social?



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

La nostra community **vuole MOLTO bene**
al nostro brand

... a volte come e forse più di noi




CUORE DELLE ROSE
EGGENDARIO "ROUGE"

NUOVO
SOLU ROUGE
LE ROSE MITICHE

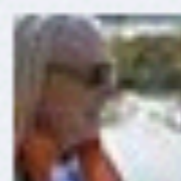


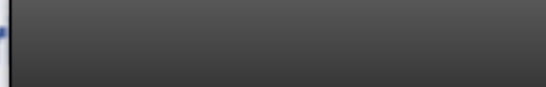
nuove sfumature de L'Absolu Rouge.
Scopri dove provare Le Rose Mitiche su <http://bit.ly/TutteLeProfumerieLancôme>.

Mi piace · Commenta · Condividi

 Piace a 120 persone.

 17 condivisioni



Cr  Spero tanto che a Rovigo ci sia; non mi piacciono i "non c'è l'ho" per quanto riguarda Lancôme

Mi piace · Rispondi · 7 novembre alle ore 21.16



Scrivi un commento...

Sì, ti amano e ...
ti tengono d'occhio. :) 

Immagine di copertina
con strategia di link

Condividi usando l'hashtag #Cosmeticalta

Dai social nascono nuove tipologie di vendita e nuovi Trend :D





Ricky's NYC #Hashtag: il primo shop in cui si vendono prodotti Social trendsetter



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

*"Perché non creare uno shop in cui i prodotti siano correlati all'esperienza **che le consumer community hanno sui social interagendo su questi marchi?**"*

–Richard “Ricky” Parrott



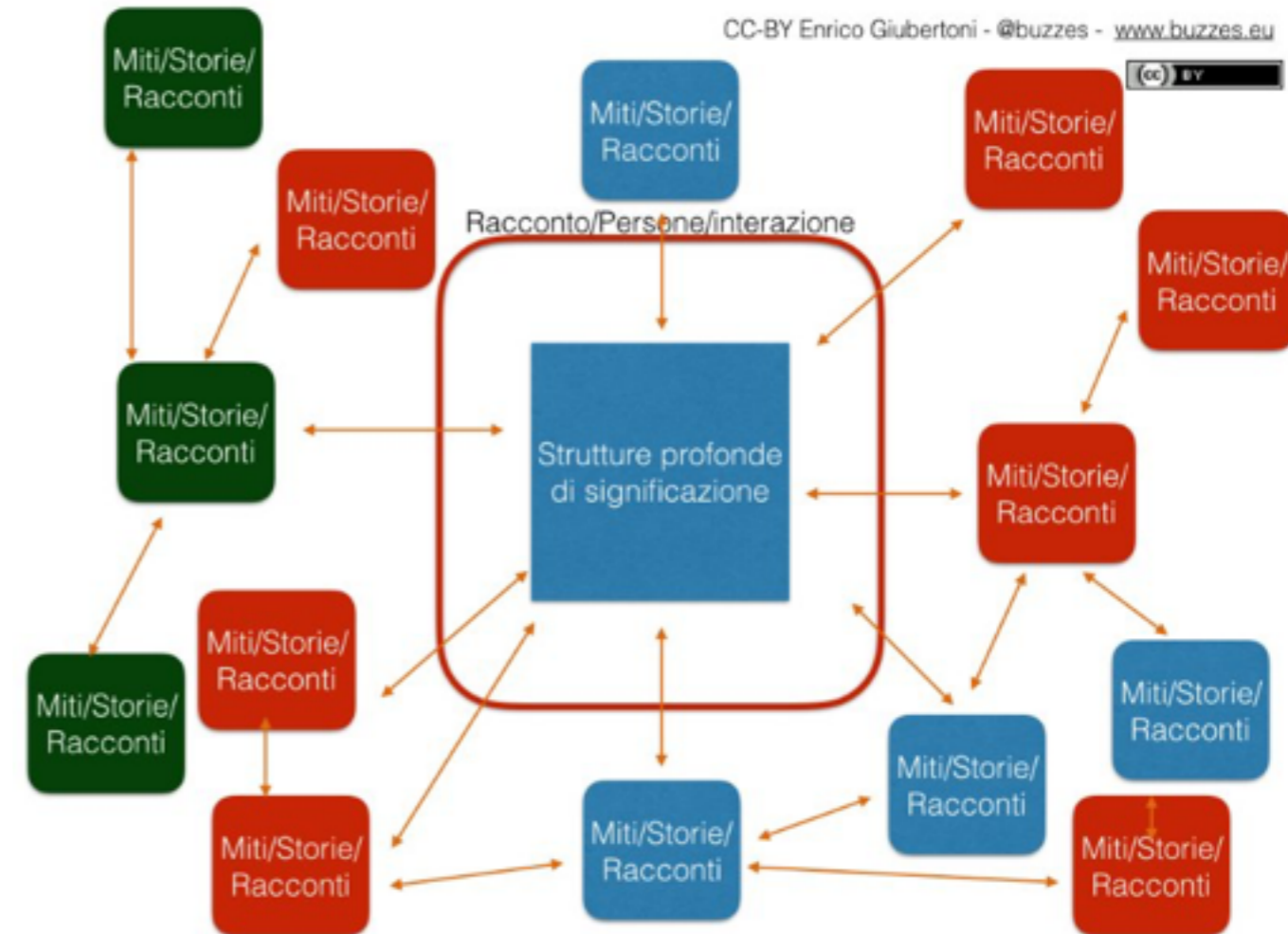
Questo mall ha una specificità: vende prodotti di bellezza che sono
"#SocialTrendSetter"

- Fondato da Richard Parrott
- Ospita prodotti che hanno:
 - Un seguito rilevante di follower su Instagram, Twitter YouTube
 - Determinano un alto livello di Social Interactions (Like, Commenti, Retweets)



Da consumatore a Prosumer Community: la partecipazione conta!

- Nella cosmesi le persone si raccontano delle storie in cui integrano i prodotti come aiutanti magici.
- Le loro storie sono legate alla loro identità
- La cosmesi lega identità individuale, percezione del sè, alle relazioni profonde che si realizzano tra individuo e sistema sociale.
- Nella Cosmesi il prodotto è un aiutante nella creazione dell'identità e si lega alla storia di una persona in modo collaborativo con le altre persone (sense of community).



Perché le persone condividono le loro foto (User Generated Content)? Perché la community li aiuta

- Lo UGC fa capire alla community che un cosmetico è alla nostra portata.
- Lo UGC fa capire che la promessa è rispettata.
- Lo UGC fa capire che se il risultato non arriva (ancora), qualcun altro/a ci è già riuscito.
- Lo UGC non fa scoraggiare.



Condivido perché mi sento soddisfatto/a

- Lo User Generated Content è la conquista di un cliente soddisfatto di un prodotto.
- La promessa di vendita è stata rispettata
- Fiducia!

motivescosmetics  • 13 sett.

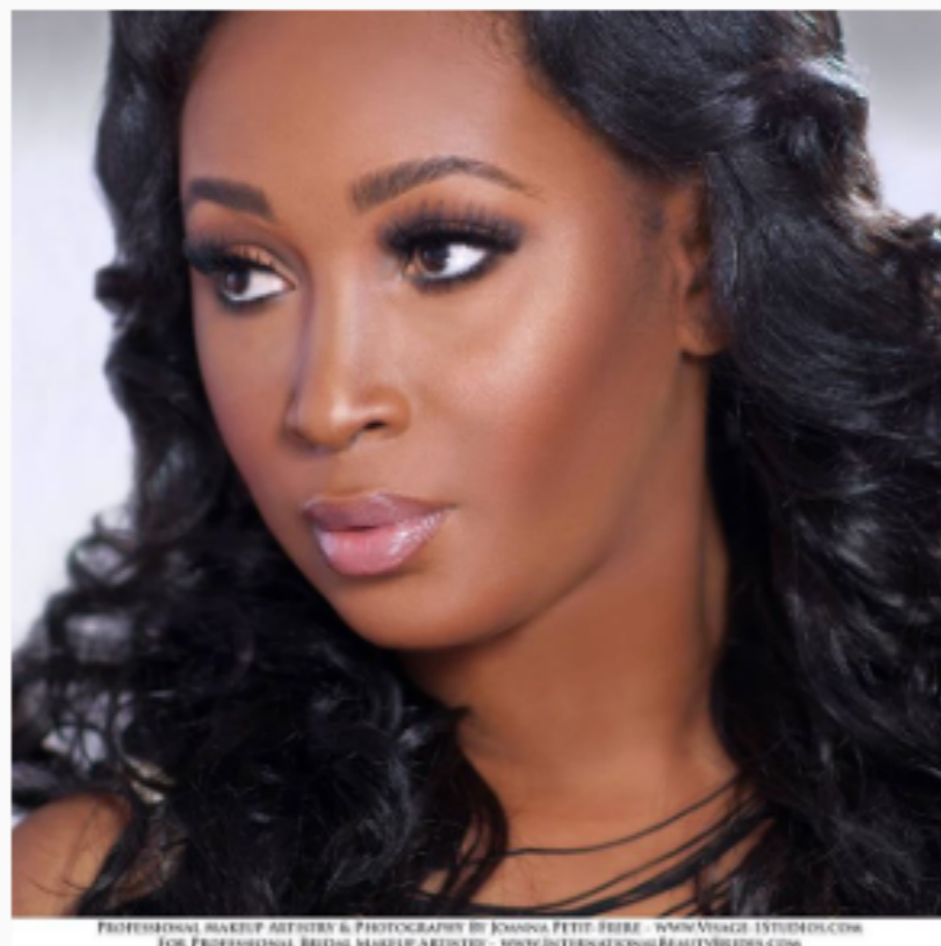
+ S



#strobingmakeup

8,969 post

PIÙ POPOLARI



Le Prosumer Community creano stili di MakeUp: sta a noi ascoltarle



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

Lo #Strobing

- **#Strobing**: tecnica di MakeUp diventato uno dei trend dell'autunno 2015.
- **#Strobing**: deriva il suo nome dalla Stroboscopia, l'effetto di fissazione di una immagine a partire dai punti luce.
- Su Instagram altissimo livello di materiale media su **#Strobing**: 123.089 media solo sull'hashtag #strobing (fonte Iconosquare.com)



Instagram come trend setter

- Il Make-up artist **Wayne Goss** mette in evidenza come con la crescita della diffusione dei visual social network e delle photo app:
 - Molti usano Instagram per diffondere i propri makeup looks
 - Molti usano Instagram come fonte di ispirazione per i loro Makeup
- Vi sono diverse analogie tra lo #Strobing e gli effetti di luce sui volti dati dai filtri di instagram che enfatizzano le luci e gli zigomi. *Cfr. Blog **Laura chiari** - <http://www.laurachiari.it/strobing/>*





PHOTO BY MKHMARKETING CC BY ***

Come interagire con la tua consumer community: 3 consigli



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**



Tip #1: Assisti la tua community
Social Customer Care



Img Credits: Old Barber Shop by
Rawle Jackman Creative Commons
<https://flic.kr/p/mCm1bP>

Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**



Shiseido Italia

Health/Beauty



 Sign Up

 Liked ▼

 Message



Timeline

About

Photos

I mestieri in rosa

More ▼

 Search for posts on this Page

 Status  Photo / Video 

 Very responsive to messages



Write something on this Page...



Condividi usando l'hashtag **#CosmeticalItalia**



Elevata reattività ai messaggi

Percentuale di risposte: 100%, tempo di risposta: 3 min.



La velocità conta: rispondi subito!



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**



Tip #2: Coinvolgi
Crea coinvolgimento con i tuoi fan

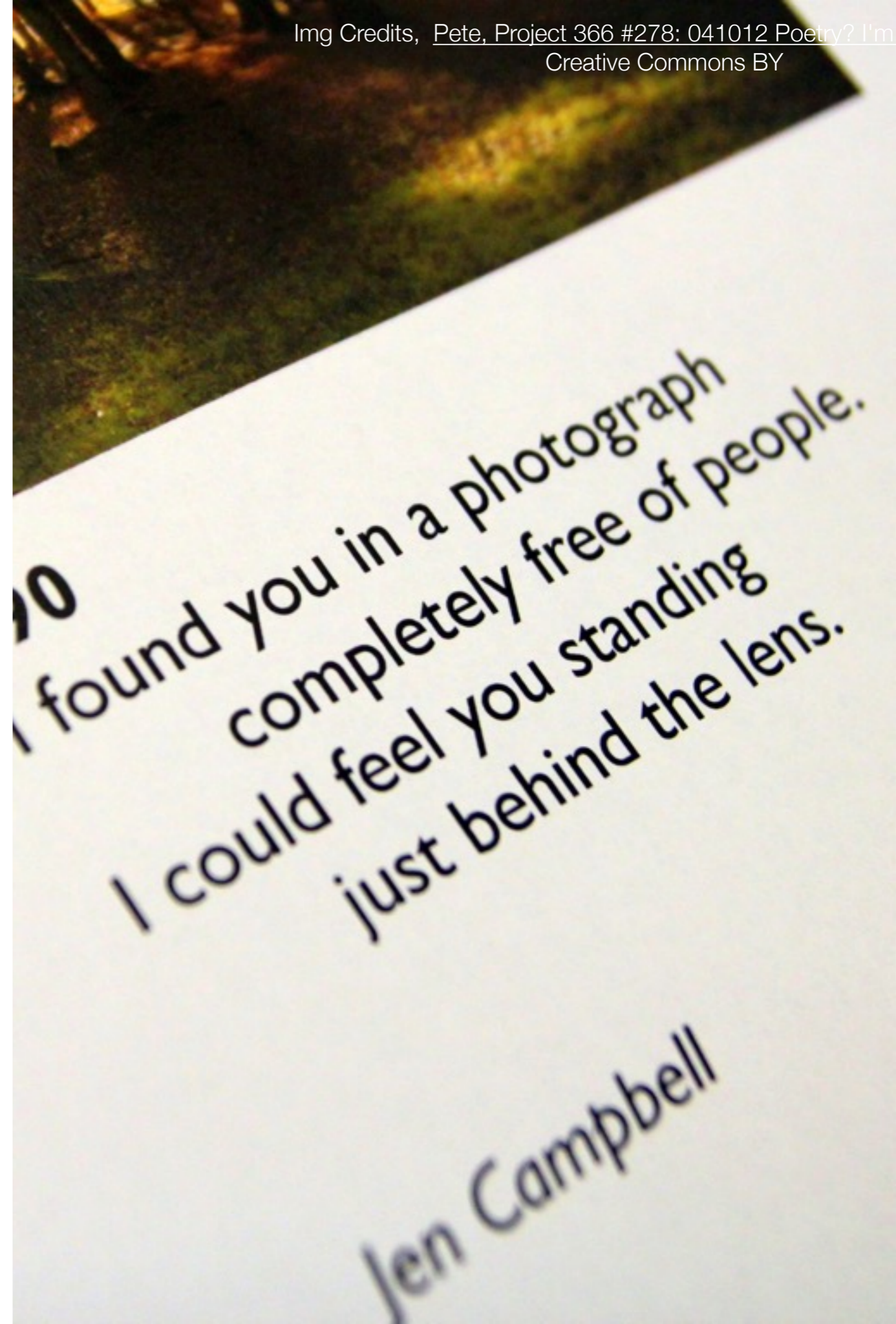


Condividi usando l'hashtag [#Cosmeticalta](#)

Coinvolgimento = Visibilità = Fiducia

- Quando creo coinvolgimento su Facebook l'algoritmo mi dà più visibilità
- Ciò vale anche per le Facebook Page anche se in modo minore rispetto agli account personali
- Coinvolgi i tuoi collaboratori (TRUST THEM):

Employee Advocacy



Dove Real beauty should be shared

Tell us why your friend represents Real Beauty and you could both be the faces of Dove® at Shoppers Drug Mart®.



[View entries](#) [Submit an entry](#) [Winners](#) [About this contest](#)

Link for this page: [Share](#) [Tweet](#) [Email](#) [Print](#)



Alicia
Toronto

My friend Mydaughter has real beauty. She has the most beautiful hairandeyes and I love her verymuch

Dove Real beauty should be shared



Contest DOVE: IL PREMIO È VANITY



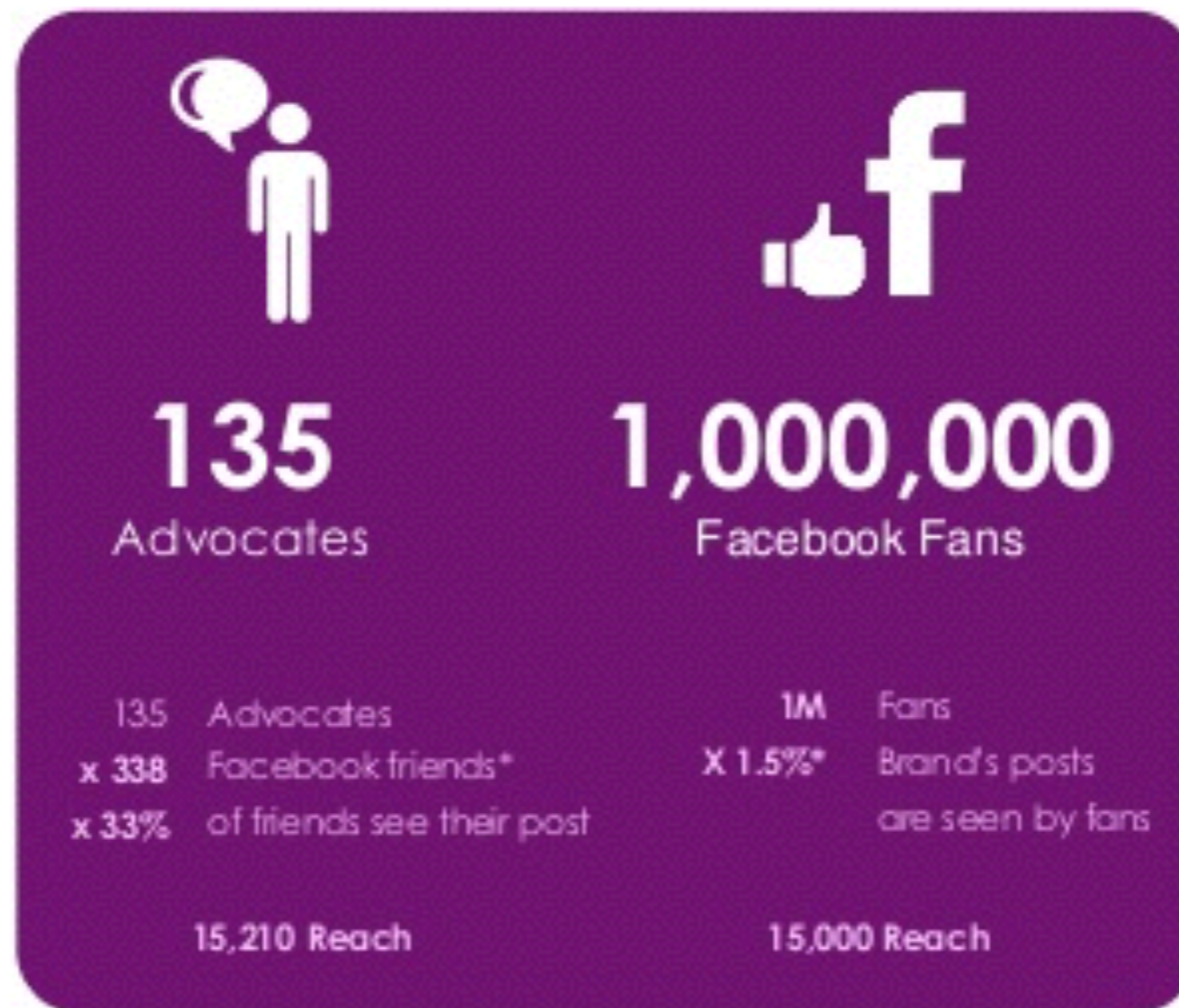
Condividi usando l'hashtag #Cosmeticaltaia

CAMPAGNA DOVE: il premio è diventare testimonial

- Domanda: “dicci perché il tuo amico/a ti piace, taggalo nella foto e condividi il perché”.
- Nessun premio in denaro, viaggi oppure oggetti da vincere.
- Il premio è diventare il volto di DOVE.
- DOVE usa User Generated Content come Headline & payoff.



Advocates are More Powerful Than Fans



Coinvolgi i tuoi dipendenti:
employee advocacy

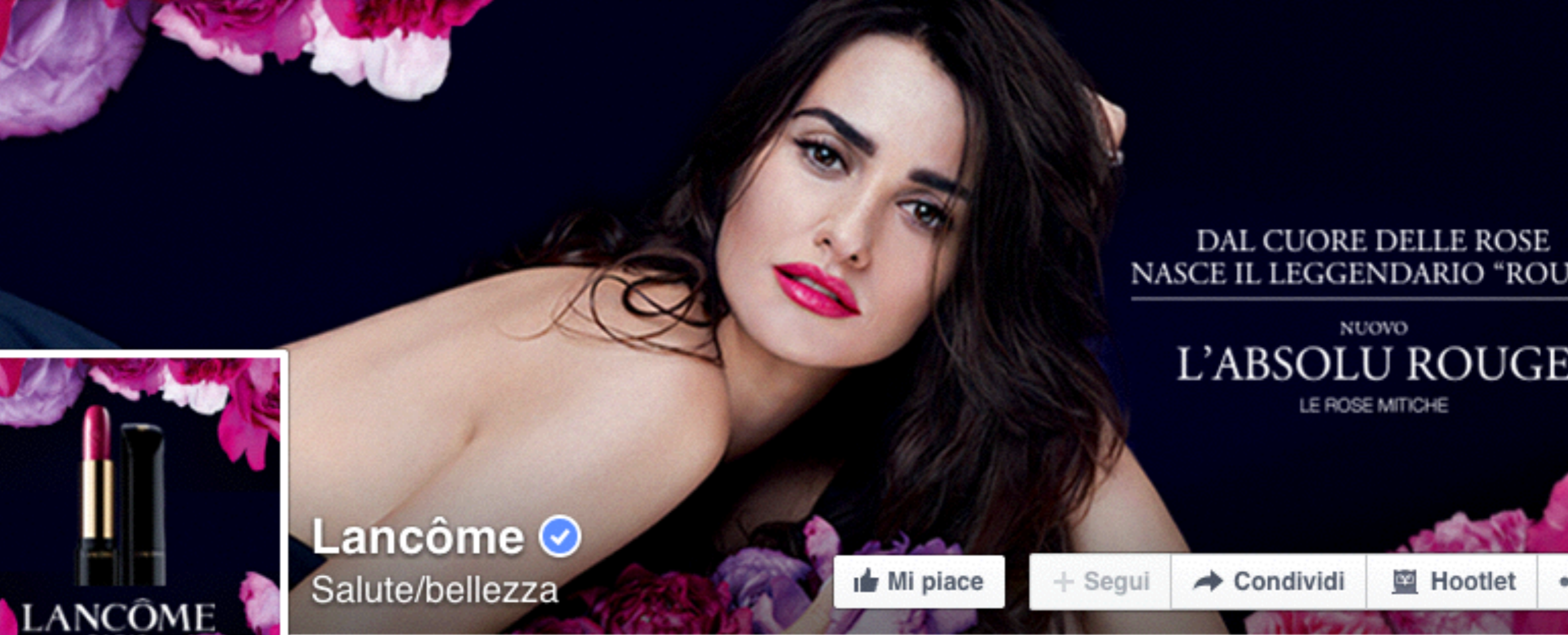


cfr: [SocialChorus](#)
su [Slideshare](#)

Employee Advocacy

- Invita i tuoi dipendenti a condividere i contenuti della tua impresa
- Employee have 10x more TRUSTED fans than your brand!





Lancôme ✓
Salute/bellezza

👍 Mi piace

+ Segui

➡ Condividi

📧 Hootlet

- Diario**
- Informazioni
- Foto
- Persone a cui piace
- Altre ▾

ONE >

5.910.568 "Mi piace"

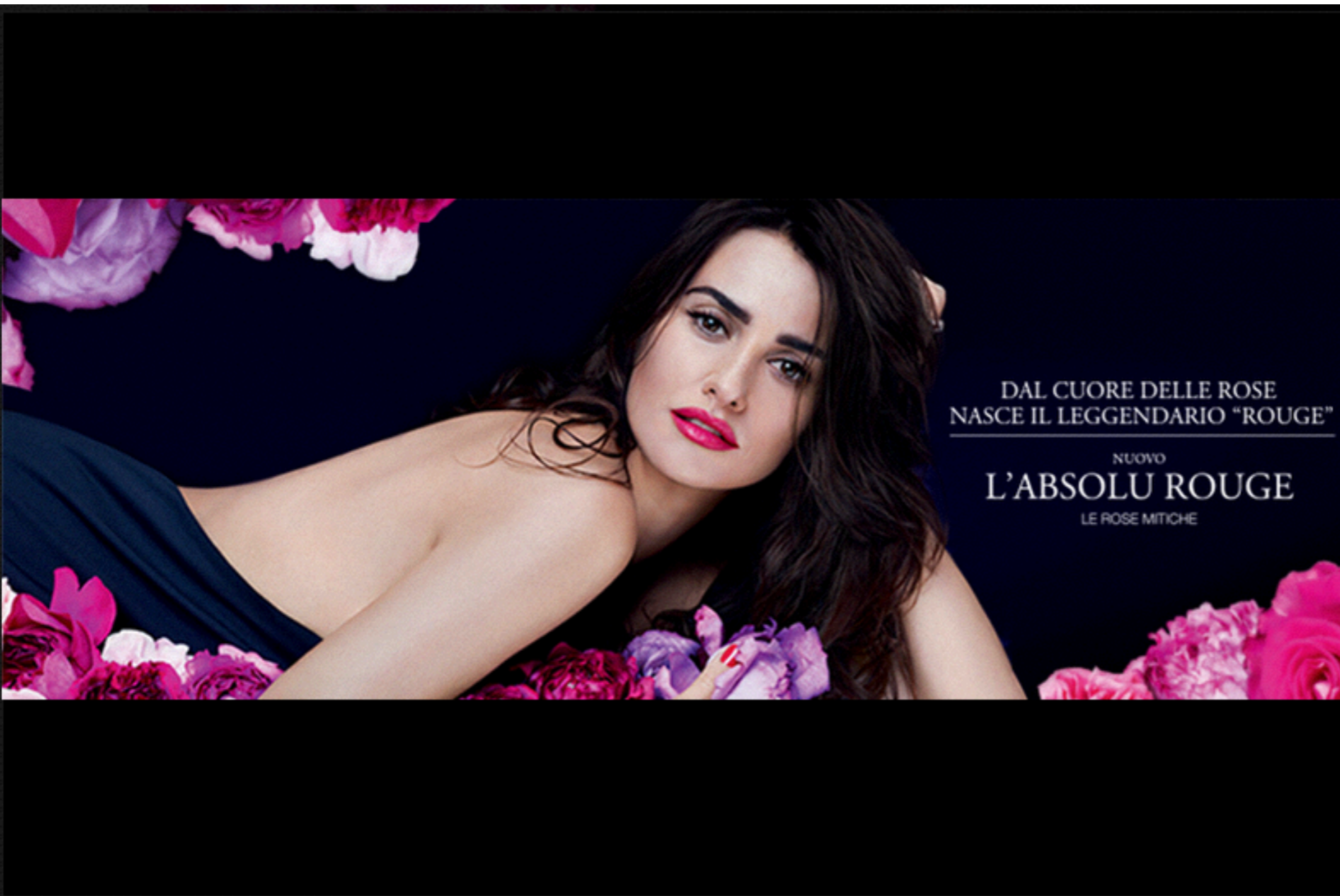
Post

Scrivi qualcosa su questa Pagina...

Tip #3: aiuta le persone a far trovare i tuoi prodotti



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**



Copertina promozionale con strategia di link verso p. vendita



Immagine di copertina con strategia di link

Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

Smart.

Nuovo. Clinique Smart Siero Riparatore Intelligente.
Creato per una sola pelle. La Tua.

NUOVO



Clinique

Ti piace · 11 settembre ·

Mi piace · Commenta · Condividi

👍 Piace a 37 persone.

Commenti più in vista ▾

💬 2 condivisioni



<http://www.decristiano.it/.../clinique-beauty-store.../>



Mi piace · Rispondi · 🔄 1 · 14 ottobre alle ore 12.03



Valeria Petkova ❤️

Mi piace · Rispondi · 22 ottobre alle ore 17.33



Scrivi un commento...



Copertina promozionale senza strategia di link



meno
coinvolgimento

Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

E COMMERCE E UCG: CONTENUTO DEGLI UTENTI COME LEVA DI FIDUCIA NELLE DECISIONI D'ACQUISTO



Palm Beach Sandal
\$118.00

Jackie Kennedy herself wore this iconic original that started it all. That it is still a core shoe is a testament to the longevity of truly great design. Features a rich leather upper with signature whipstitching and rondelles.

COLORS

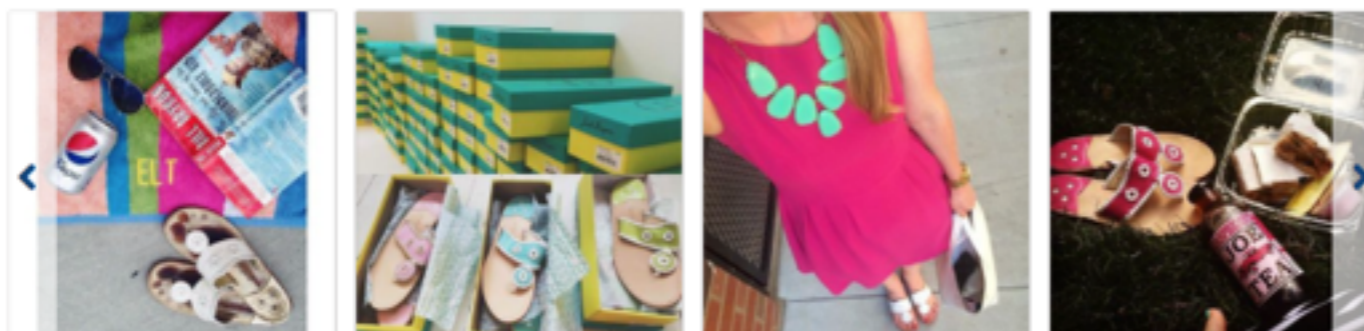
SIZE

QUANTITY

OR

SHARE THIS [f](#) [p](#) [t](#) [g+](#)

#LOVEMYJACKS on INSTAGRAM and TWITTER



Jack Rogers





SEGUI

Piace a 155 persone

79 sett.

Thank you so much
for sharing this beautiful picture
from preppybythesea.blogspot.com
#preppy #lilly #lillypulitzer #lovelilly #jacks
#jackrogers #lovemyjacks

juliaparmartin Omg this is literally
perfection.

juliaparmartin @ingidk

preppybythesea That's me!

the_preppy_fashion Oh I'm sorry! I didn't
know you had an Instagram otherwise I
would have given credit 😊
@preppybythesea

preppybythesea No it's fine, I was just
excited to see our blog pictures!

jackrogersusa Thank you for sharing this
picture! We love it, and we'd like to feature
it on our site. If you're happy to share it,
please respond with #sharemyjacks. By
responding, you agree to our terms of
service, which you can find here:
[http://www.jackrogersusa.com/terms-of-service](#)



Aggiungi un commento...



Le persone si fotografano con i
prodotti appena acquistati

Lo User Generated Content è un atto
volontario degli utenti nel momento in
cui si trovano necessario attivarsi



Condividi usando l'hashtag #Cosmeticalta

Il 64% dei millennials e il 53% dei baby boomers vogliono **condividere esperienze, fatti e opinioni sui propri brand.**

Vogliono **appartenere & partecipare**, non essere informati.

Bazaar Voice





Domande?



Condividi usando l'hashtag **#Cosmeticalta**

“We don’t have a choice on whether we **DO social media, the question is how well we **DO** it.”**

– Erik Qualman

GRAZIE!



Enrico Giubertoni
@buzzes

Condividi usando l’hashtag **#Cosmeticalta**