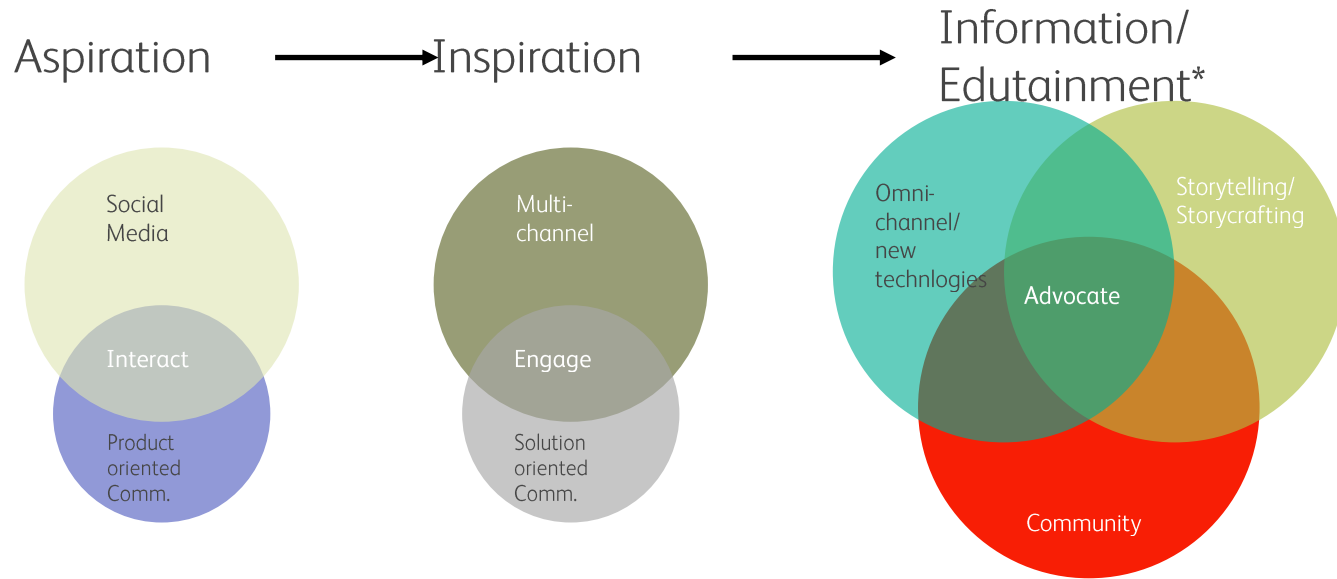


Strategie di comunicazione digitale: personalizzazione ed interattività in ambito sanitario

Marcello Mancini - Country Business Leader BD IDS Italy & Greece

Trend analysis: the evolution of the Communication Approach



INFORMATION OVER INSPIRATION, EDUCATION OVER SELLING*

Simply filling the digital airwaves doesn't cut it. Customers need partner with whom upskilling their competencies.

In their 2021 Creative Forecast, Facebook-Meta looked at how consumer relationships with brands have changed, and what's next. At the top of their recommendations? **Create edutainment.**

Edutainment is a movement integrating **active learning, storytelling, design, community, and immersive technology in an omnichannel pathway.** It has the potential to make learning dynamic, engaging, funny and effective, while becoming loyal to the brand/company.

Social Media Era (2000 – 2020)*

Post-Social Media Era (2020 –)*

| | |
|---|---|
| Many connections | Fewer connections |
| Unlimited potential reach | Deep engagement on specialized topics/stakeholders |
| Open Community | Exclusive or semi-private communities |
| Quantity and abundance of communications | Quality and targeted communications |
| KPI by interaction | KPI by subscriptions |
| Number of followers/subscribers as status signaling | Quality of interactions/subscribers as status signaling |

*<https://www.drinkmore-water.com/wp-content/uploads/2021/07/Gen-Z-in-the-New-Normal-PDF.pdf>

Come si sta evolvendo l'ambiente digitale?



Utenti/Clienti

Sono passati da un comportamento passivo in cui i social media aziendali suggerivano loro contenuti, alla ricerca attiva di una comunità guidata da una narrazione chiara e da un senso di appartenenza con le aziende*.

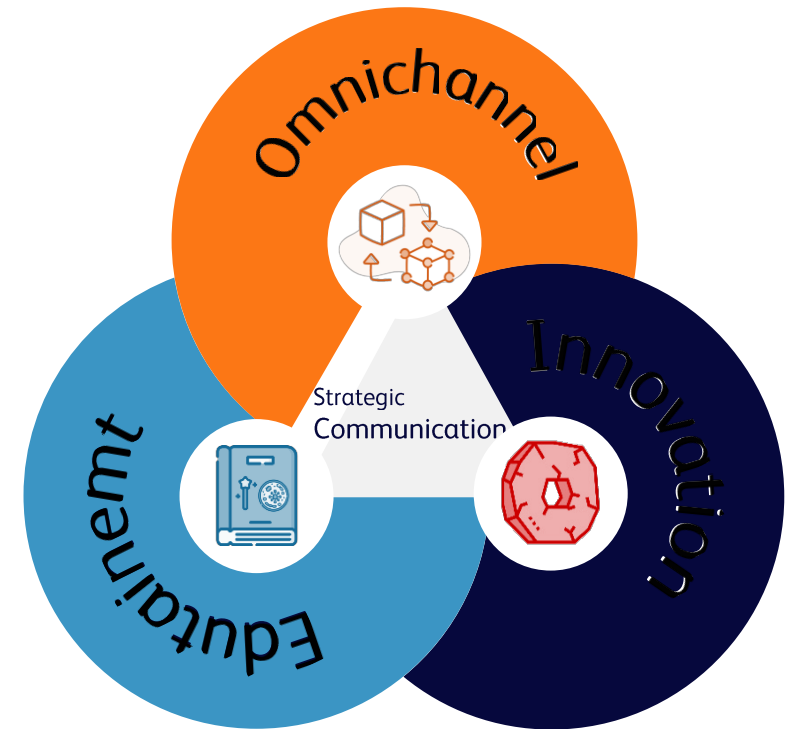


Aziende

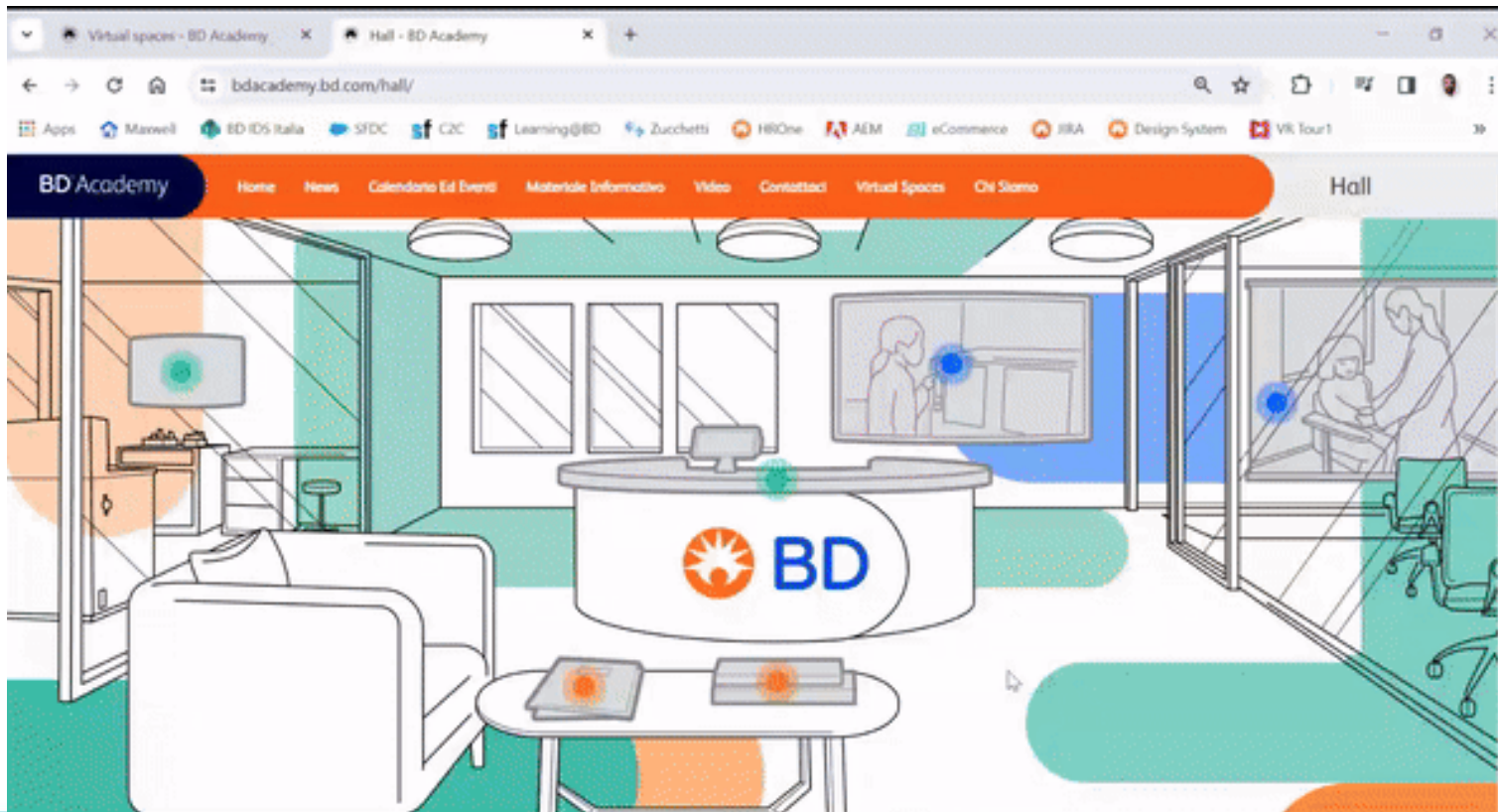
Le aziende sono chiamate a spostare la loro attenzione dalla comunicazione di massa e dalla saturazione digitale quotidiana a interazioni più mirate. Ciò significa meno connessioni ma più profonde, un coinvolgimento specializzato che enfatizzi la qualità con contenuti che supportino concretamente i clienti attraverso l'analisi delle esigenze e una formazione continua*.

*<https://www.drinkmore-water.com/wp-content/uploads/2021/07/Gen-Z-in-the-New-Normal-PDF.pdf>

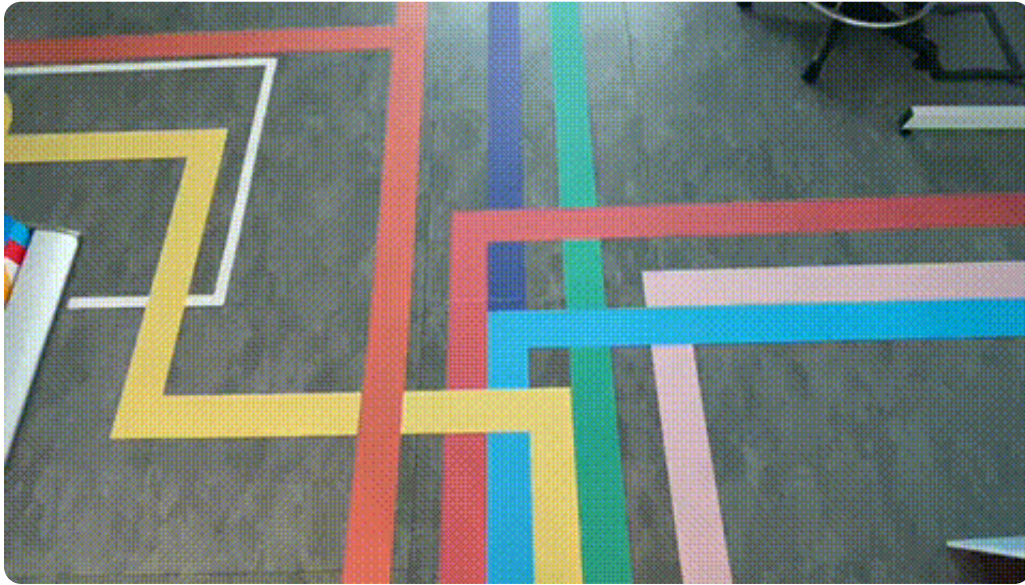
Come le aziende si stanno evolvendo



Creare una connessione profonda, un senso di appartenenza e dare contenuti informativo/formativi di qualità sono le chiavi di successo di un'attività con una componente digital .



-  Events & Live Event
-  Virtual Lab
-  News
-  Video Gallery
-  Collaterals
-  eLearning
-  Gamification



Un attività digital può essere combinata e parallela a delle sessioni in presenza aumentando esponenzialmente la platea coinvolta .

1. Augmented Reality

2. Biblioteca & Archivio documenti

3. Percorsi Diagnostici Tracciati

4. Virtual connection

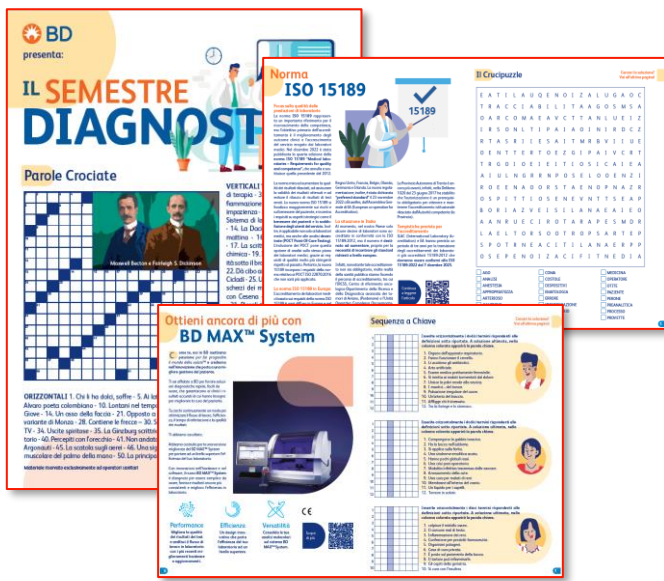
(camera, speaker, virtual reality with matterport,


ME
Meet The Expert


IL
Innovation Lab

Il Semestre Diagnostico

Partire da un classico della Tradizione italiana e innovarlo rivisitandolo in chiave Edutainment e Omnichannel



Edutainment
(Education & Entertainment)

Omnichannel
(Physical & Digital)

Innovation
(Tradition & Change)

Gamification

Community Generation

Customer Experience

IL nuovo mondo digital permette di «raccontare» «Raccontare l'esperienza dei professionisti «vivendo» il loro mondo



- Customer Experience Video
- Interviews Videos
- Lab Video



- Omnichannel Promo:
- Print Promo Materials



Foto book



Virtualization