

**Corso di Laurea in Scienze Turistiche
Informatica per il turismo
A.A. 2014/2015**

**Gli strumenti del Web Marketer:
Engagement
che cos'è,
come si misura e come crearlo**

Ing. Antonio Francesco Gentile {afgentile@dimes.unical.it}

Engagement, cos'è

- Dall'antico Egitto, se non prima, l'obiettivo principale se non unico di una «fan page» (o suo equivalente dell'epoca) era e resta quello di aggiungere più fan possibili utilizzando tutti i trucchi immaginabili , trascurando quel fattore che oggi si chiama “engagement”.
- Engagement, tradotto in italiano in “coinvolgimento”, misura il successo del messaggio condiviso con il pubblico e ha lo scopo di creare “legami” forti tra il brand e i suoi fan, fino a convertirli in clienti, o almeno di creare una fiducia tale che l'utente possa consigliare il brand ai propri amici, attivando uno dei più potenti mezzi, a mio parere, del marketing: il passaparola. Uno dei primi obiettivi di una fan page è quello di creare engagement.

Engagement, cos'è

- Quando un community manager pubblica uno stato con relativa foto pensa che “dietro” c'è un lavoro immenso, fatto di ascolto, analisi, strategie di comunicazione, obiettivi da raggiungere
- Il brand deve generare contenuti per stimolare discussioni, confronti, conversazioni fino ad aumentare il reach per cercare di coinvolgere anche gli amici dei fan.
- Creare engagement significa creare legami forti. Creare legami forti migliora la fedeltà, aumenta il passaparola e l'autorevolezza del brand.

Engagement, cos'è

- CALCOLO DELL'ENGAGEMENT RATE:
- formule aggiornate per facebook, twitter e google plus

$$\text{Average Post Engagement Rate} = \frac{\text{Likes + Comments + Shares on a given day}}{\text{\# of wall posts made by page on a given day}} \times 100$$

$$\text{Average Tweet Engagement Rate} = \frac{\text{Replies + Retweets on a given day}}{\text{\# of tweets made by profile on a given day}} \times 100$$

$$\text{Average Post Engagement Rate} = \frac{\text{+1s + Comments + Shares on a given day}}{\text{\# of wall posts made by page on a given day}} \times 100$$

Engagement, cos'è

- Esistono anche software che ti calcolano l'engagement rate ma non tutti hanno disponibilità economiche tali da poterli acquistare.
- Il successo dipende quindi non dal numero dei fan, ma dalla qualità, quindi dal livello di coinvolgimento di ogni singolo fan a interagire con i singoli contenuti.
- L'idea è «Meglio pochi fan buoni (coinvolti) che tanti è NON INTERESSATI al brand».
- Un engagement rate alto permette inoltre di raggiungere un reach vastissimo aumentando in modo naturale e spontaneo il totale dei fan.
- Esempi di tipi di engagement:
 - 1) Mi piace alla pagina
 - 2) Visitatori/Fan interagenti con post/link con commenti, like e share.
 - 3) Fan page taggata
 - 4) Post e foto caricate dai fan spontaneamente
 - 5) Risposte a una domanda e offerta

Engagement, cos'è

○ Come aumentare il coinvolgimento?

1) Principalmente con i contenuti ovviamente e non sempre autopromozionali! Il vero soggetto non è il brand come molti pensano ma i fan, i clienti! I contenuti devono essere interessanti e utili per il pubblico!

2) Le foto, strettamente connesse al messaggio, sono in assoluto il formato con un alto tasso di engagement, a seguire i video, link blog e i messaggi di stato. Secondo Social media examiner un messaggio troppo lungo è poco coinvolgente. Sii sintetico, creativo, emozionante: coinvolgi!

Engagement, cos'è

- 3) Scelta orario pubblicazione. Non esiste una formula magica o universale valida per tutte le fan page. Prova, analizza, riprova e rianalizza.
- 4) Conoscere il target.
- 5) Comunicare spesso: 1 post al giorno? Vuoi per mancanza di tempo, vuoi per mancanza di denaro da investire, vuoi per paura di pubblicare sciocchezze. Considerando che in media un post vive 3 ore, ci vorrebbero almeno 3 post al giorno. Fortunatamente i brand che rappresento hanno tanto da comunicare! Ma ripeto: dipende dal brand.
- 6) Valorizzare i fan, falli sentirsi unici e importanti: eventi esclusivi, codici sconto, contenuti sbloccabili solo per i fan per creare loyalty. Dare non un motivo, ma tanti motivi per invogliare la gente a tornare sulla tua fan page.

Engagement, cos'è

- 7) Interazioni: far divertire, ascoltare, risolvere problemi, stimolare la loro inventiva, attirare la loro attenzione, raccontare storie, chiedere il loro aiuto, fare domande. Questo significa anche essere semplici, informali, simpatici, empatici, originali ed umanizzare l'azienda, mostrando il backstage!
- 8) Contest: ormai anche le pietre sanno che i contest hanno un alto tasso di engagement. Far divertire i propri contatti fino a coinvolgere i loro amici, stimolando la loro creatività e fissando nella loro mente il brand che si rappresenta.

Engagement, cos'è

9) Citazioni di personaggi famosi.

10) Frasi da completare.

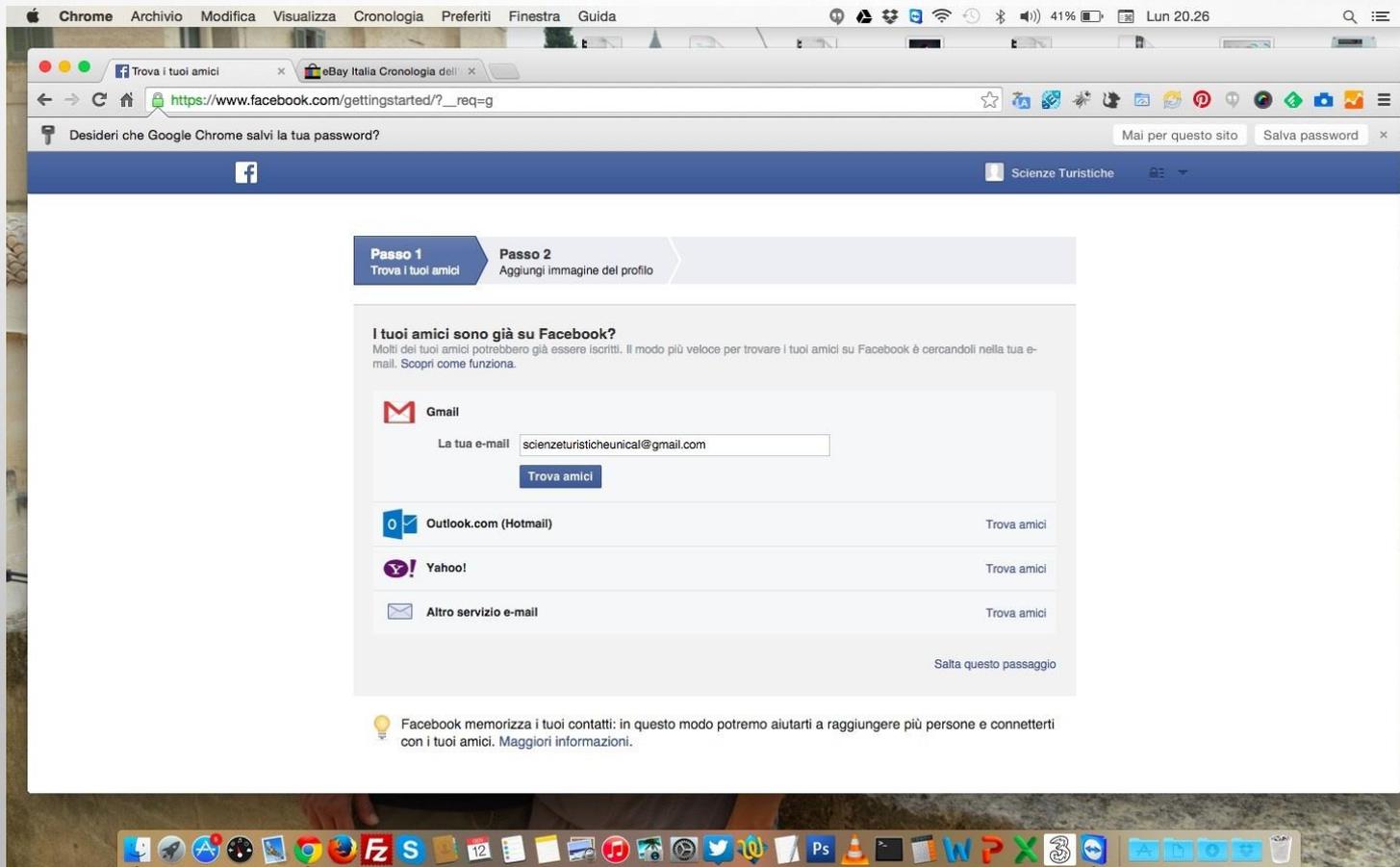
11) Top Fans (premiare il fan più attivo del mese).

Ascoltare le conversazioni per capire quali sono i contenuti che colpiscono l'interesse del tuo pubblico e adattarli al linguaggio e ai modi di fare dei propri fan.

Non postare poco ma neanche tanto. Tutti sanno aprire una fan page, ma i veri professionisti sanno creare **RELAZIONI** attraverso soprattutto contenuti strategici.

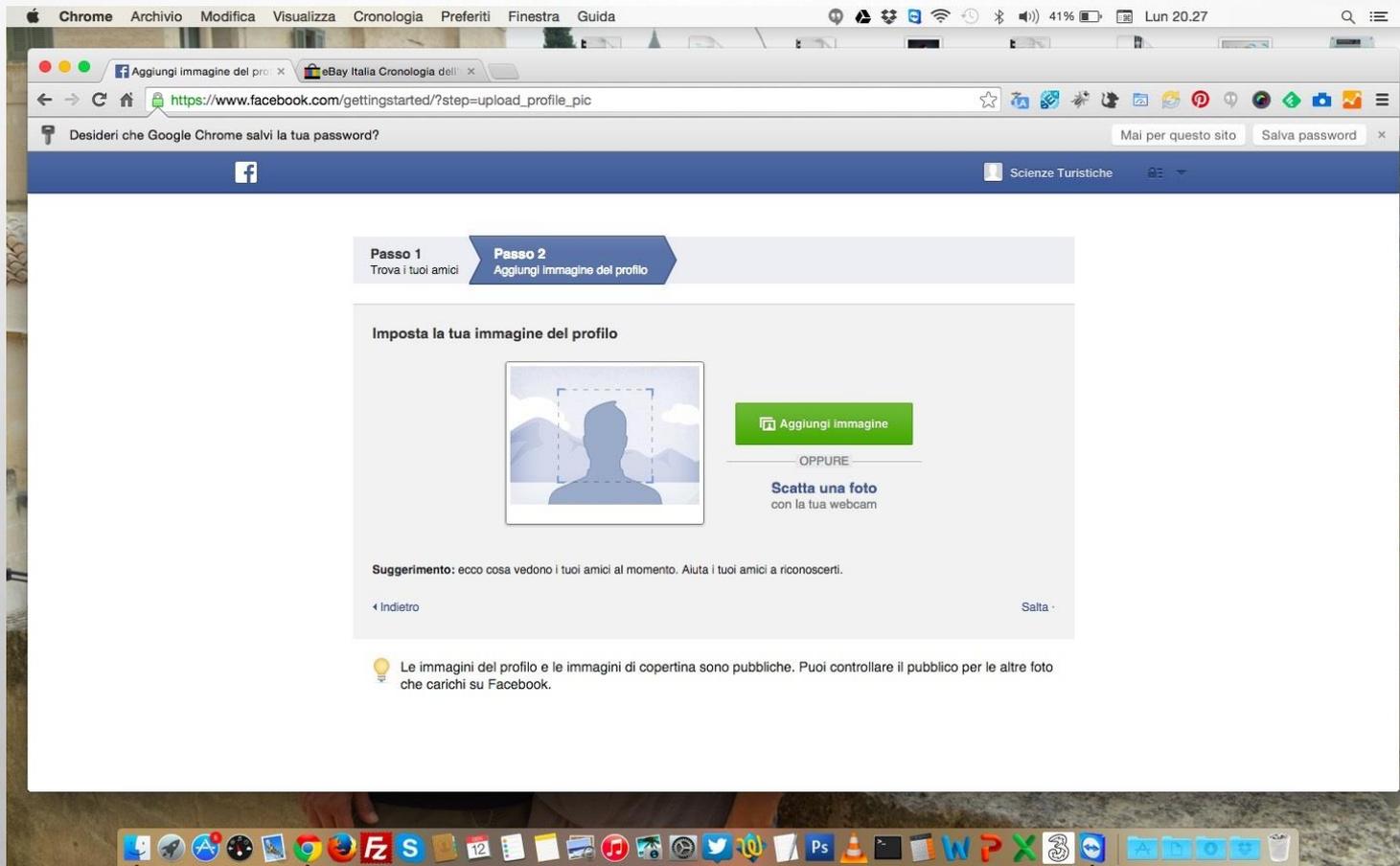
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



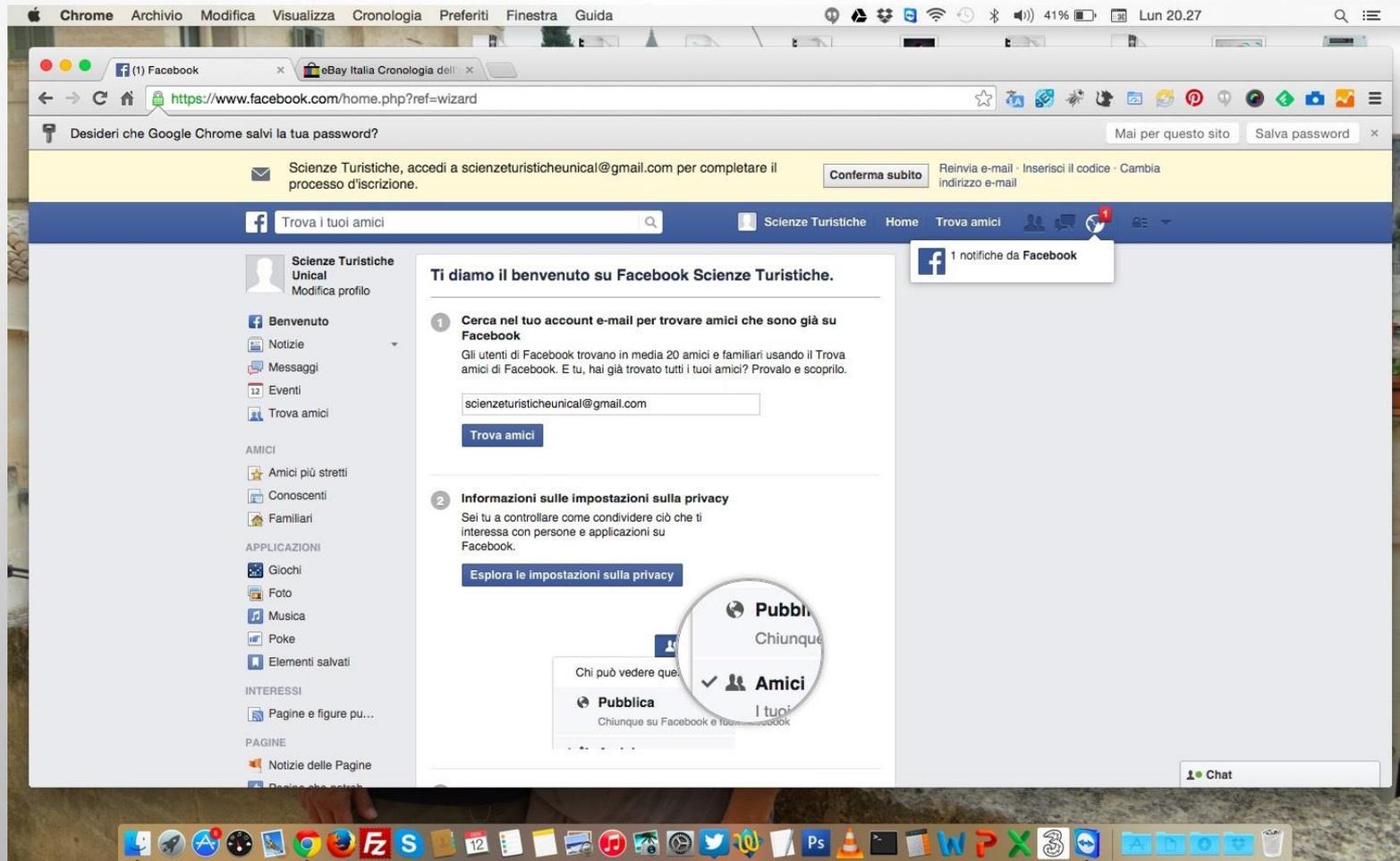
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



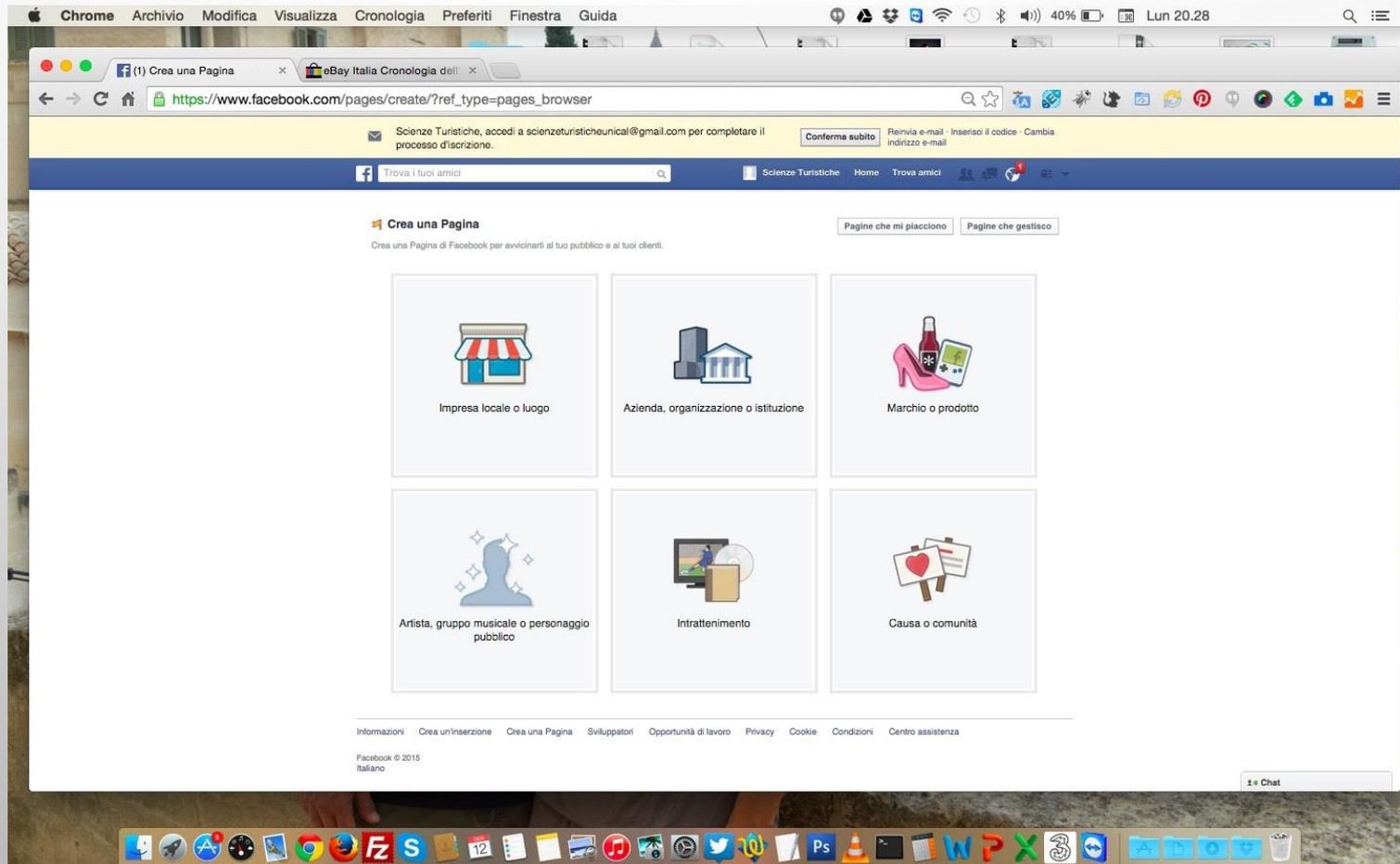
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



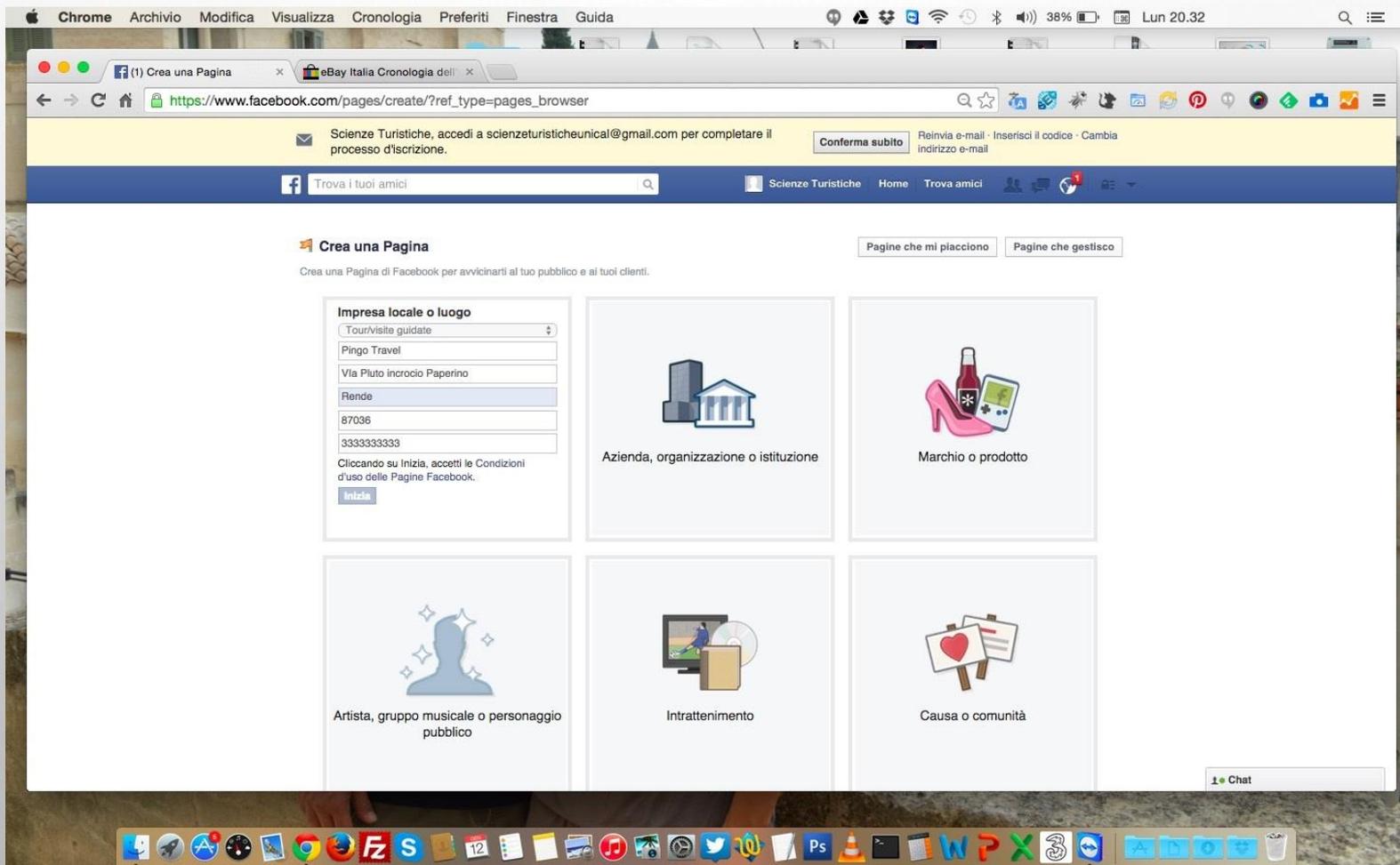
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



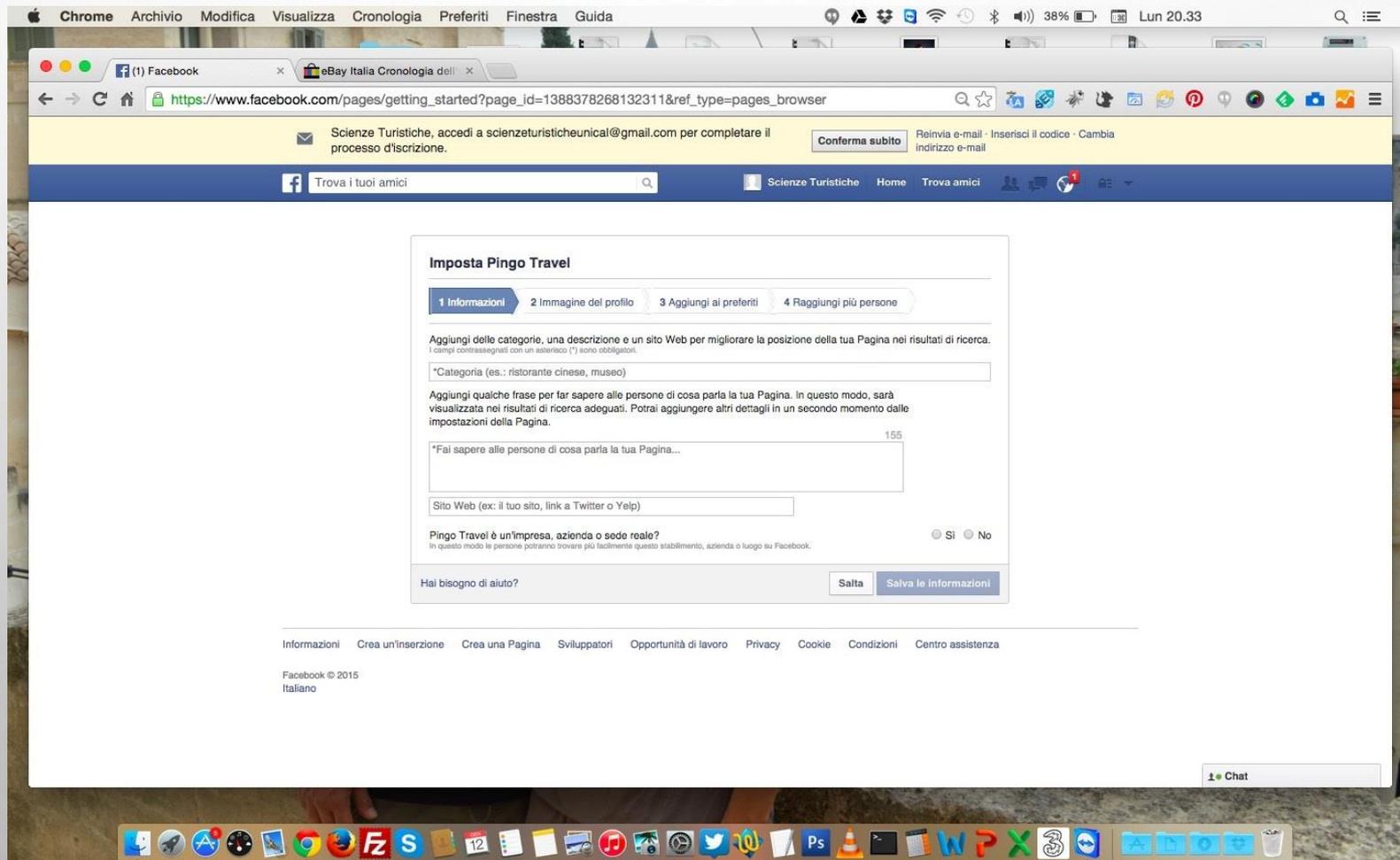
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



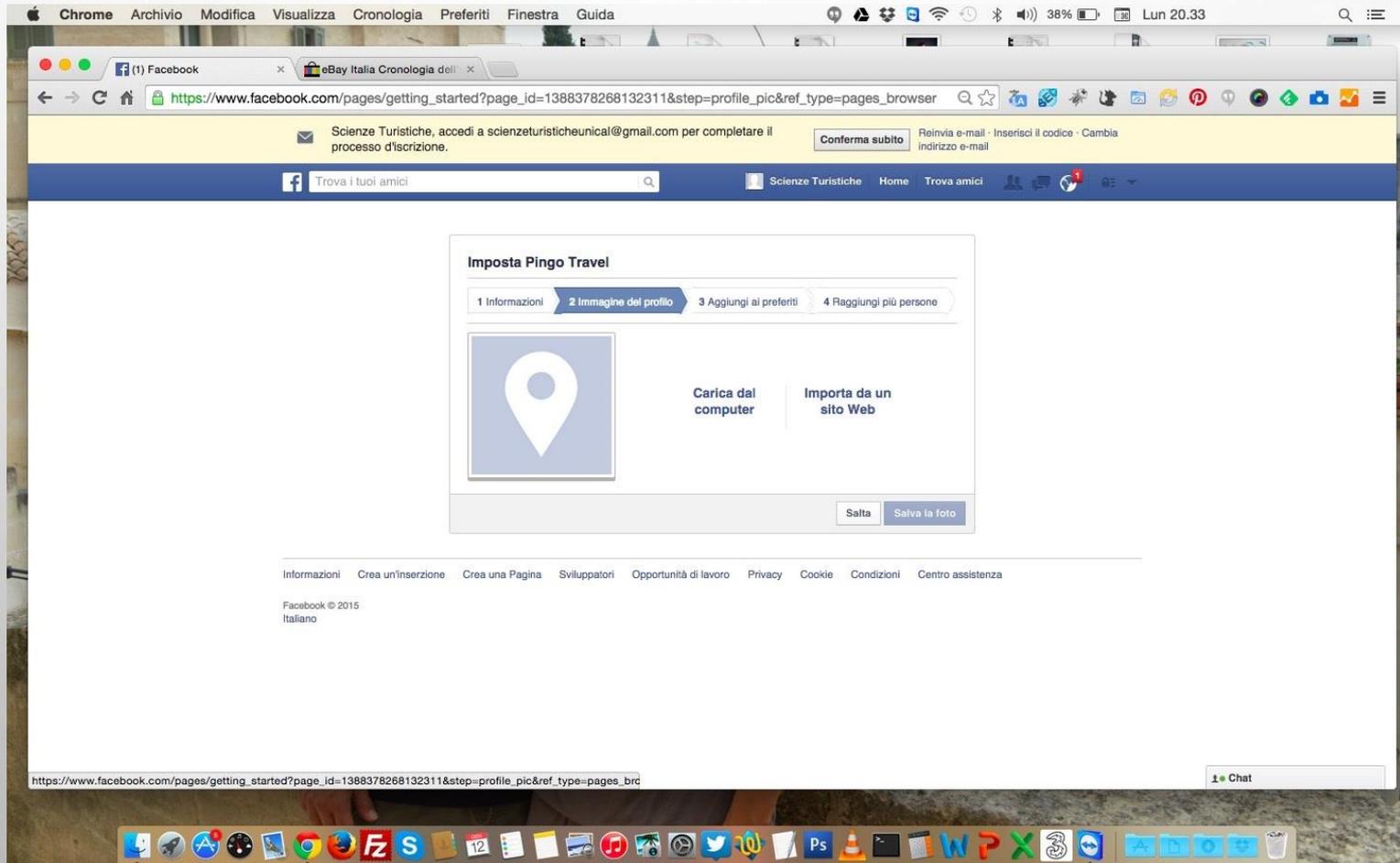
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



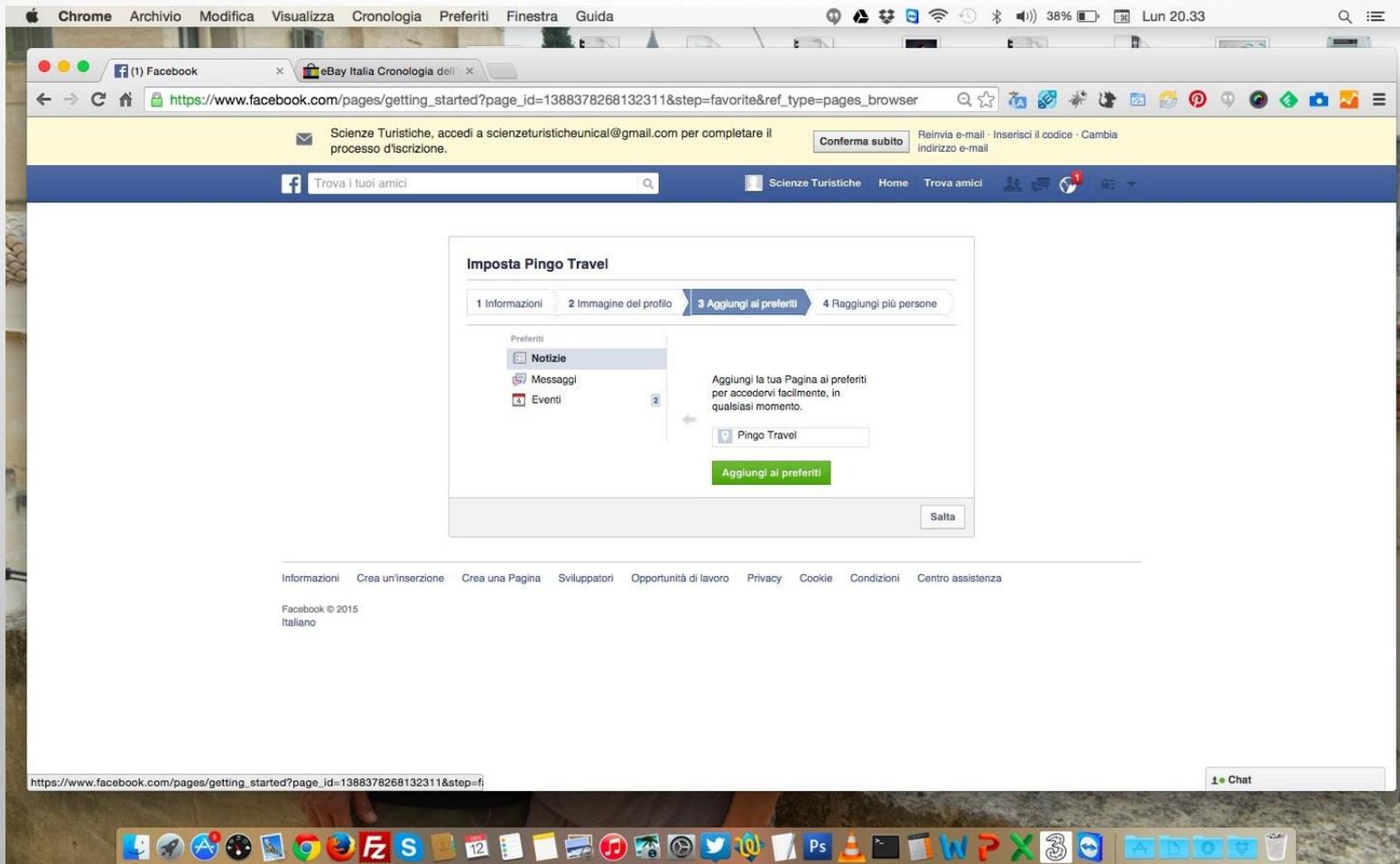
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



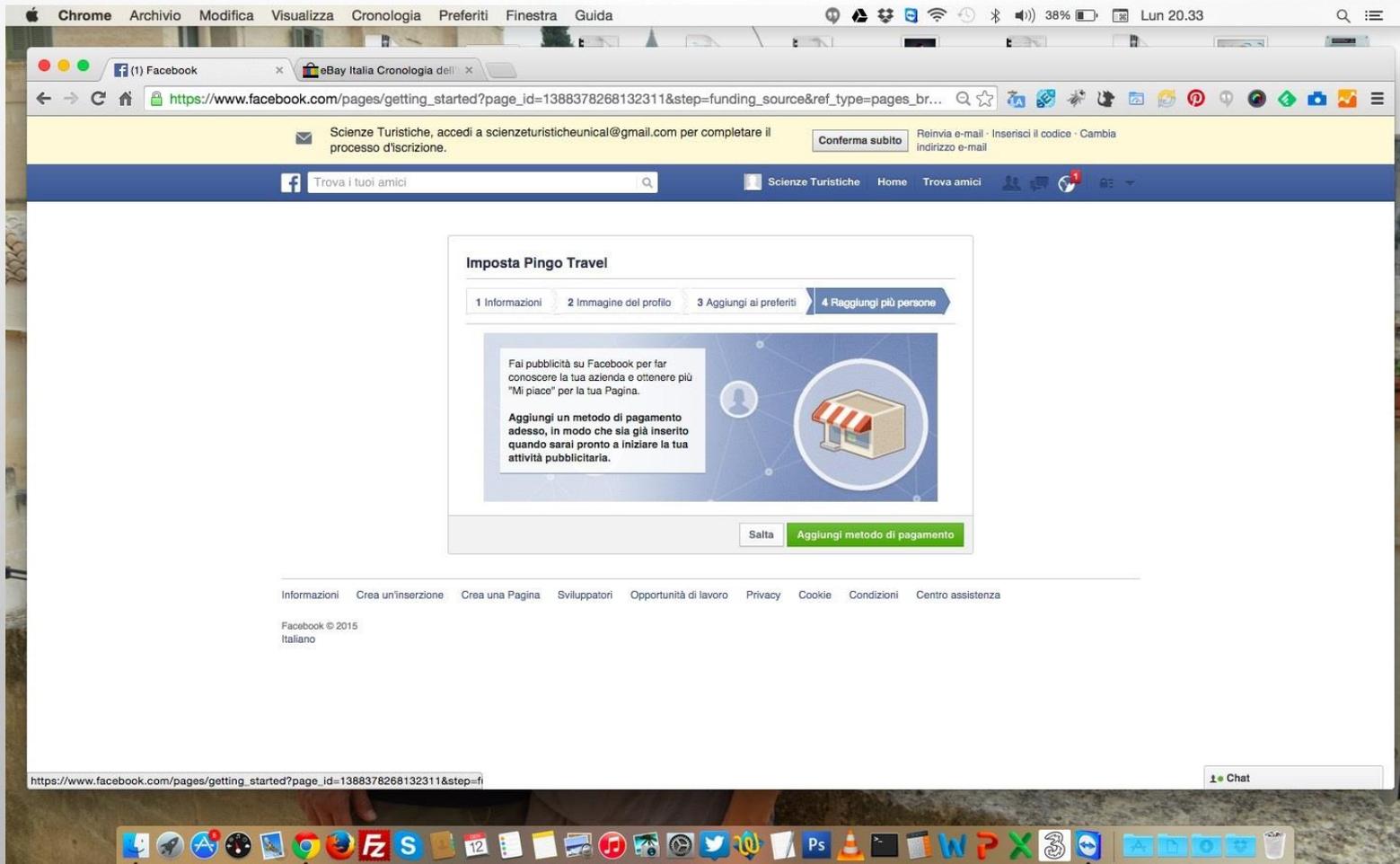
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



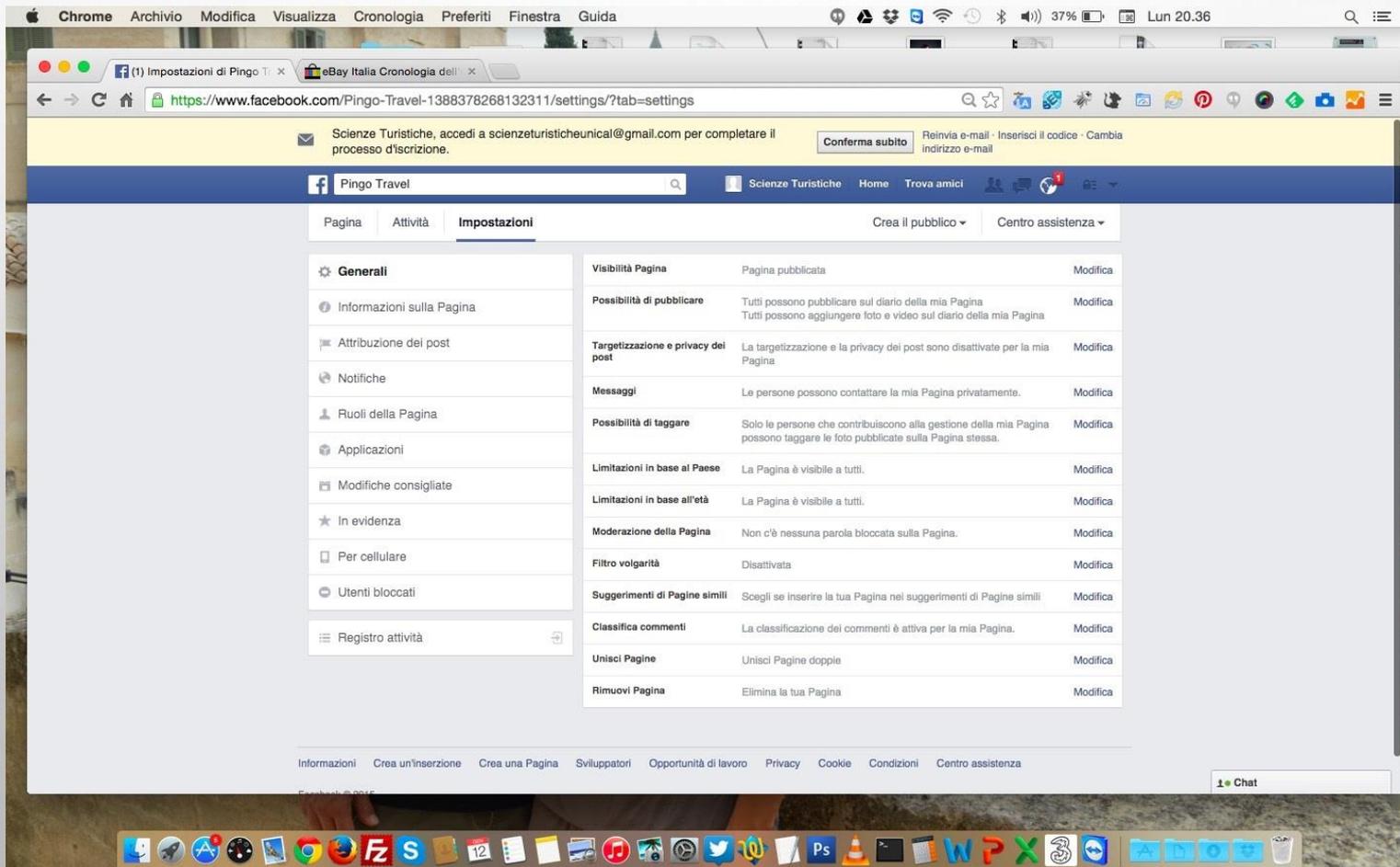
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.



The screenshot shows a web browser window displaying the Facebook settings page for a page named 'Pingo Travel'. The browser's address bar shows the URL: <https://www.facebook.com/Pingo-Travel-1388378268132311/settings/?tab=settings>. The page is in Italian and shows various settings categories on the left and a list of settings on the right.

At the top, there is a yellow banner with the text: "Scienze Turistiche, accedi a scienzeturisticheunical@gmail.com per completare il processo d'iscrizione." and a "Conferma subito" button. Below this, the page name "Pingo Travel" is visible in the navigation bar.

The settings are organized into two columns:

Category	Setting Name	Current Value	Action
Generali	Visibilità Pagina	Pagina pubblicata	Modifica
	Possibilità di pubblicare	Tutti possono pubblicare sul diario della mia Pagina	Modifica
		Tutti possono aggiungere foto e video sul diario della mia Pagina	Modifica
	Targetizzazione e privacy dei post	La targetizzazione e la privacy dei post sono disattivate per la mia Pagina	Modifica
	Messaggi	Le persone possono contattare la mia Pagina privatamente.	Modifica
	Possibilità di taggare	Solo le persone che contribuiscono alla gestione della mia Pagina possono taggare le foto pubblicate sulla Pagina stessa.	Modifica
	Limitazioni in base al Paese	La Pagina è visibile a tutti.	Modifica
	Limitazioni in base all'età	La Pagina è visibile a tutti.	Modifica
	Moderazione della Pagina	Non c'è nessuna parola bloccata sulla Pagina.	Modifica
	Filtro volgarità	Disattivata	Modifica
	Suggerimenti di Pagine simili	Scegli se inserire la tua Pagina nei suggerimenti di Pagine simili	Modifica
	Classifica commenti	La classificazione dei commenti è attiva per la mia Pagina.	Modifica
	Unisci Pagine	Unisci Pagine doppie	Modifica
	Rimuovi Pagina	Elimina la tua Pagina	Modifica

At the bottom of the page, there is a footer with links: "Informazioni", "Crea un'inserzione", "Crea una Pagina", "Sviluppatori", "Opportunità di lavoro", "Privacy", "Cookie", "Condizioni", "Centro assistenza", and a "Chat" button.

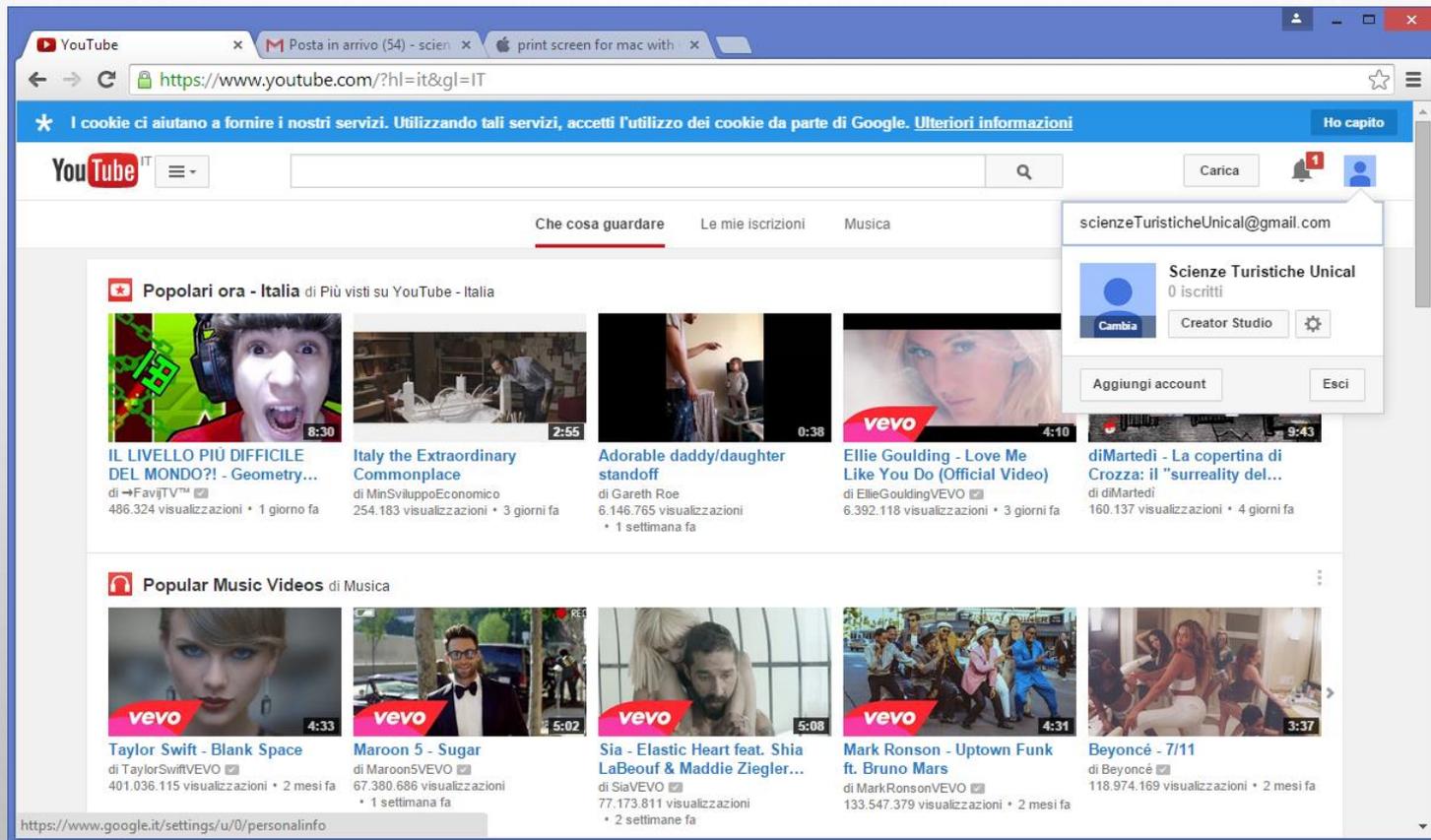
Engagement, interazione

Ci si può registrare a facebook mediante l'ausilio di un indirizzo di posta come quello gmail.

The screenshot shows a web browser window displaying the Facebook settings for a page named 'Pingo Travel'. The browser's address bar shows the URL: https://www.facebook.com/Pingo-Travel-1388378268132311/settings/?tab=admin_roles. The page is in the 'Impostazioni' (Settings) section, specifically the 'Ruoli della Pagina' (Page Roles) tab. A modal dialog is open for adding a new administrator, with a text input field containing the placeholder text 'Digita un nome o un'e-mail...'. The page header shows the user is logged in as 'Scienze Turistiche' and is prompted to complete the login process by clicking 'Conferma subito'. The page footer includes links for 'Informazioni', 'Crea un'inserzione', 'Crea una Pagina', 'Sviluppatori', 'Opportunità di lavoro', 'Privacy', 'Cookie', 'Condizioni', and 'Centro assistenza'. The Facebook logo and 'Facebook © 2015 Italiano' are also visible.

Engagement, interazione

Stesso discorso si può fare con youtube, con l'opzione «Connettiti con gmail» ...



The image shows a screenshot of the YouTube homepage in a web browser. The browser's address bar displays the URL <https://www.youtube.com/?hl=it&gl=IT>. The page features a blue header with the YouTube logo, a search bar, and navigation options like 'Carica' and a notification bell. Below the header, there are tabs for 'Che cosa guardare', 'Le mie iscrizioni', and 'Musica'. The main content area is divided into two sections: 'Popolari ora - Italia' and 'Popular Music Videos'. The 'Popolari ora - Italia' section displays five video thumbnails with their titles and view counts. The 'Popular Music Videos' section displays five music video thumbnails. A user profile dropdown menu is open in the top right corner, showing the email address 'scienzeTuristicheUnical@gmail.com', the channel name 'Scienze Turistiche Unical', and options to 'Cambia', 'Creator Studio', and 'Esci'. The browser's address bar at the bottom shows <https://www.google.it/settings/u/0/personalinfo>.

YouTube

Posta in arrivo (54) - scien x print screen for mac with x

<https://www.youtube.com/?hl=it&gl=IT>

I cookie ci aiutano a fornire i nostri servizi. Utilizzando tali servizi, accetti l'utilizzo dei cookie da parte di Google. [Ulteriori informazioni](#) [Ho capito](#)

YouTube

Che cosa guardare Le mie iscrizioni Musica

scienzeTuristicheUnical@gmail.com

Scienze Turistiche Unical
0 iscritti

Cambia Creator Studio Esci

Aggiungi account

Popolari ora - Italia di Più visti su YouTube - Italia

IL LIVELLO PIÙ DIFFICILE DEL MONDO?! - Geometry...
di FavTV™
486.324 visualizzazioni • 1 giorno fa

Italy the Extraordinary Commonplace
di MinSviluppoEconomico
254.183 visualizzazioni • 3 giorni fa

Adorable daddy/daughter standoff
di Gareth Roe
6.146.765 visualizzazioni
• 1 settimana fa

Ellie Goulding - Love Me Like You Do (Official Video)
di EllieGouldingVEVO
6.392.118 visualizzazioni • 3 giorni fa

diMartedì - La copertina di Crozza: il "surreality del...
di diMartedì
160.137 visualizzazioni • 4 giorni fa

Popular Music Videos di Musica

Taylor Swift - Blank Space
di TaylorSwiftVEVO
401.036.115 visualizzazioni • 2 mesi fa

Maroon 5 - Sugar
di Maroon5VEVO
67.380.686 visualizzazioni
• 1 settimana fa

Sia - Elastic Heart feat. Shia LaBeouf & Maddie Ziegler...
di SiaVEVO
77.173.811 visualizzazioni
• 2 settimane fa

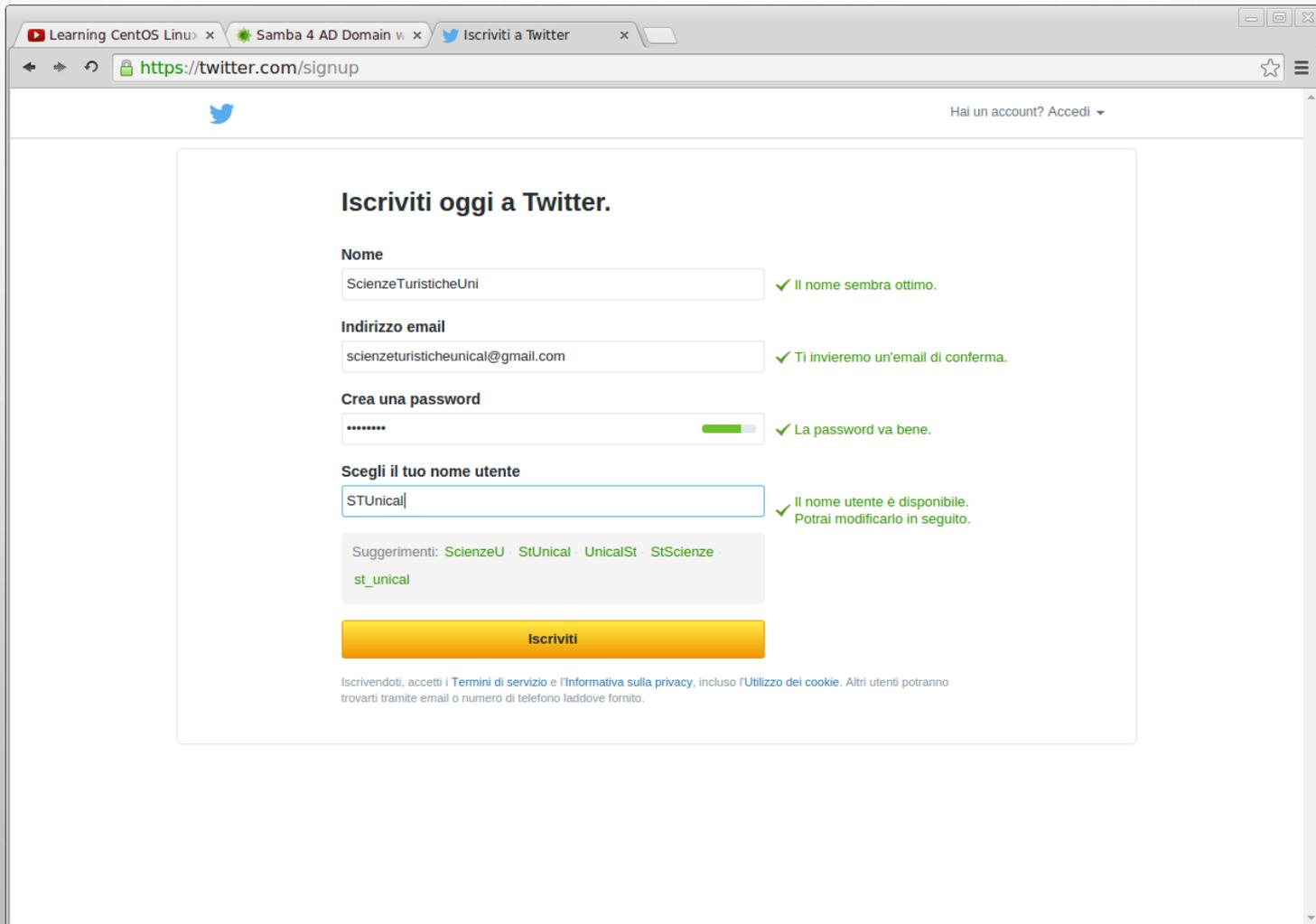
Mark Ronson - Uptown Funk ft. Bruno Mars
di MarkRonsonVEVO
133.547.379 visualizzazioni • 2 mesi fa

Beyoncé - 7/11
di Beyoncé
118.974.169 visualizzazioni • 2 mesi fa

<https://www.google.it/settings/u/0/personalinfo>

Engagement, interazione

Stesso discorso si può fare con twitter ...



The image shows a browser window with the URL <https://twitter.com/signup>. The page is titled "Iscriviti oggi a Twitter." and contains the following form fields and validation messages:

- Nome:** ✓ Il nome sembra ottimo.
- Indirizzo email:** ✓ Ti invieremo un'email di conferma.
- Crea una password:** ✓ La password va bene.
- Scegli il tuo nome utente:** ✓ Il nome utente è disponibile. Potrai modificarlo in seguito.

Suggerimenti: ScienzeU StUnical UnicalSt StScienze
st_unical

Iscriviti

Iscrivendoti, accetti i [Termini di servizio](#) e l'[Informativa sulla privacy](#), incluso l'Utilizzo dei cookie. Altri utenti potranno trovarti tramite email o numero di telefono laddove fornito.

Engagement, interazione

Stesso discorso si può fare con twitter ...

The image shows a screenshot of a Twitter profile page for the account **ScienzeTuristicheUni** (@STUnical). The browser window title is "Twitter" and the address bar shows "https://twitter.com". The profile header includes the account name, a blue verified badge, and statistics: 0 tweets and 54 followers. Below the header, there are sections for "Chi seguire" (Following) and "Tendenze" (Trends). The "Chi seguire" section lists three users: Massimo Bernardini, Luca de Gennaro, and Alessandro Del Piero, each with a "Segui" button. The "Tendenze" section lists various trending topics. The main content area displays a list of tweets. The first tweet is a retweet by Guida Soncini (@lasoncini) of a tweet by vauxhall (@vaux_hall) from 22 minutes ago, discussing a story about a man who married a woman to avoid a divorce. The second tweet is from la Rinascente (@laRinascente), a sponsored tweet promoting their department store. The third tweet is from Guida Soncini (@lasoncini) from 34 minutes ago, discussing a feature on Twitter. The fourth tweet is from Guida Soncini (@lasoncini) from 35 minutes ago, discussing the freedom of expression. The fifth tweet is from Giancarlo Leone (@giankaleone) from 55 minutes ago, discussing a special evening on Rai TV. The sixth tweet is also from Giancarlo Leone (@giankaleone) from 55 minutes ago, discussing the resignation of Giorgio Napolitano. The interface includes navigation icons for Home, Notifiche, Messaggi, and Scopri, a search bar, and a "Cerca su Twitter" button.

Engagement, interazione

COME FUNZIONA L'ALGORITMO EDGERANK SU FACEBOOK

- EdgeRank è uno degli algoritmi più importanti nel marketing e nonostante questo pochissime persone ne hanno sentito parlare ed un numero ancor minore può dire di averlo pienamente compreso.
- EdgeRank è il nome dell'algoritmo che Facebook usa per determinare ciò che deve apparire nel flusso delle notizie di ogni utente.
- Il newsfeed di Facebook è una Killer App e nell'insieme delle notizie disponibili per gli utenti di Facebook, il newsfeed è l'ordine in cui appaiono.
- Si stabilisce quale delle connessioni sia la più importante per te e quindi quale appare più di frequente, ma anche quali tipi di contenuto dovrebbero apparire sopra agli altri.
- Capire come funziona questo algoritmo è essenziale per tutti coloro che cercano di commercializzare e vendere un prodotto o un servizio su Facebook.

Engagement, interazione

PERCHÉ IL NOME EDGERANK?

- Perché ogni pezzo di contenuto su Facebook è conosciuto come un Edge. In italiano non abbiamo una traduzione significativa di Edge. Possiamo però considerare che ogni aggiornamento, ogni modifica dello stato, ogni pubblicazione di foto, rappresenti più della semplice pubblicazione: rappresenti un vantaggio per l'utente.



EdgeRank

$$\Sigma = U_e \times W_e \times D_e$$



Rank

=



Affinity

The score between the viewing user and the edge creator.

x



Weight

The weight for this edge type. (Comment, Like, etc)

x



Decay

The decay factor based on how long ago the edge was created.

Questo “vantaggio” che l'utente ha quando agisce su Facebook ad ogni livello, ha il nome di Edge. In senso traslato ogni interazione rappresenta un vantaggio su Facebook ed ha il nome di Edge.

Engagement, interazione

COME FUNZIONA FACEBOOK EDGERANK?

- Vi siete mai chiesti perché nella vostra home page di Facebook vi capita di vedere molto spesso i post di alcuni amici o pagine e molto raramente quelli di altri?

EDGERANK ALGORITHM ON FACEBOOK

$$\sum_{\text{edges } e} u_e w_e d_e$$

u_e - AFFINITY SCORE BETWEEN VIEWING USER AND EDGE CREATOR

w_e - WEIGHT FOR THIS EDGE TYPE (PHOTO, VIDEO, LIKE, TAGS, EVENT, ETC.)

d_e - TIME DECAY FACOR BASED ON HOW LONG AGO THE EDGE WAS CREATED



Il motivo è semplice: dipende dal Facebook EdgeRank, ovvero dall'algoritmo di Facebook che determina la visibilità di un post all'interno dei newsfeed.

Engagement, interazione

Reso noto per la prima volta il 21 aprile 2010, l'EdgeRank prende in considerazione tre fattori distinti.

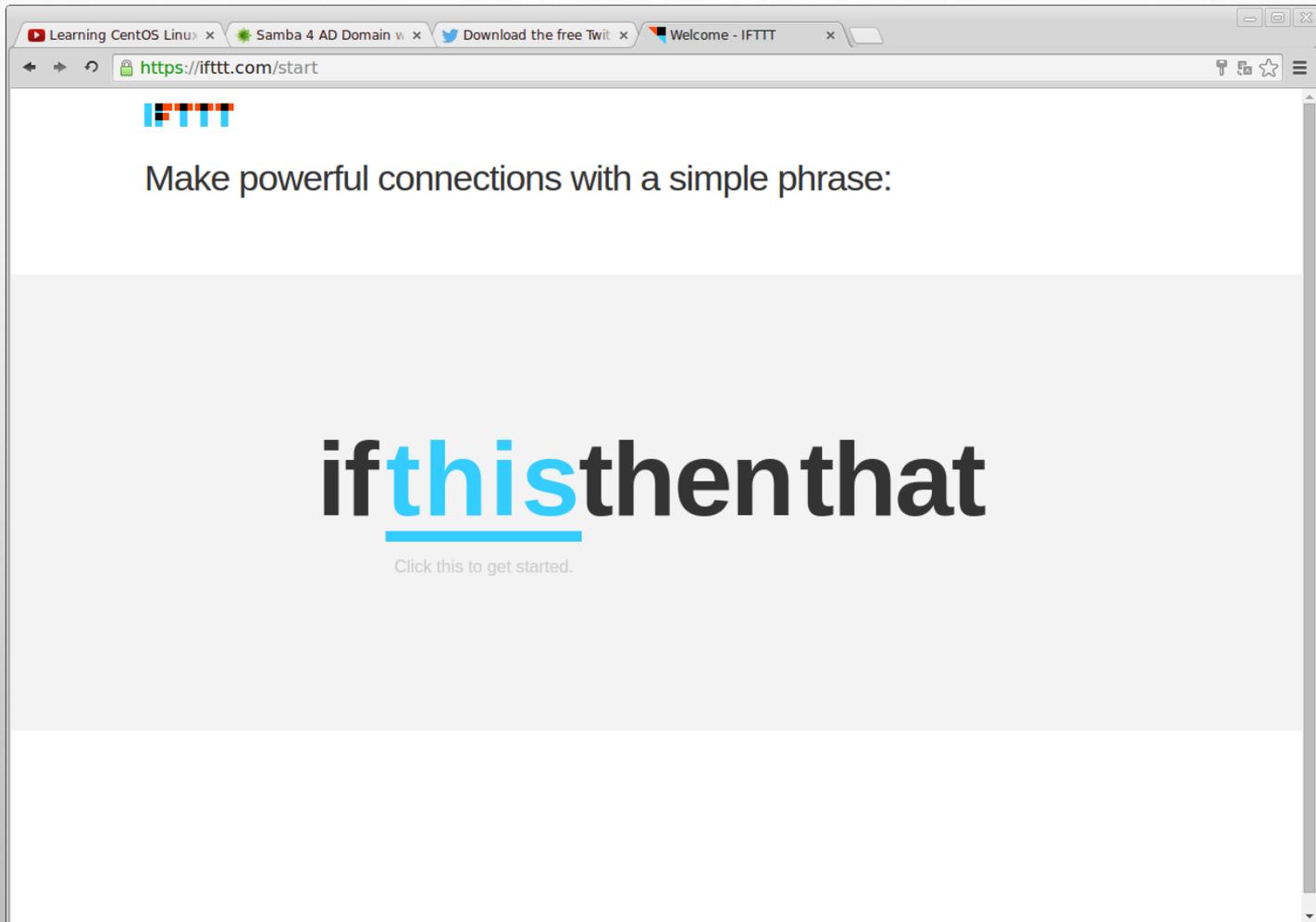
- ✓ **Affinità:** il grado di interazione con determinate pagine e utenti. Per fare un esempio pratico: se scambiamo di frequente commenti e likes con una determinata persona, secondo questo principio la vedremo molto più di frequente all'interno del nostro newsfeed.
- ✓ **Peso:** si tratta del livello di interazione raggiunto da ogni singolo contenuto, sia esso un post o una immagine. Comprende i likes, i commenti e le condivisioni. Maggiore il "peso", maggiore la visibilità dell'elemento.
- ✓ **Fattore temporale:** su Facebook le informazioni scorrono molto rapidamente. Per questo, a prescindere dai primi due fattori, un contenuto diventerà via via meno rilevante con il passare del tempo.

Engagement, interazione

- **Tenere d'occhio il nostro EdgeRank è importante per capire se la nostra strategia di web marketing è efficace o meno.**
- Monitorando gli Insights della nostra Pagina, potremo sapere quali sono gli elementi più coinvolgenti e trarne indicazioni per seguire una linea editoriale efficace. **Facebook Insights permette infatti di valutare non soltanto la performance complessiva della pagina, ma anche quella di ogni singolo post.**
- Gli Insights misurano diversi dati: numero di fan (e relativa percentuale di crescita della pagina), Click Through Rate, Engagement e Persone che parlano dell'argomento. Gli ultimi due parametri sono quelli più importanti per comprendere la capacità di diffusione (chiamata anche viralità) dei nostri contenuti sulla piattaforma social, che è strettamente legata all'EdgeRank della pagina.

Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



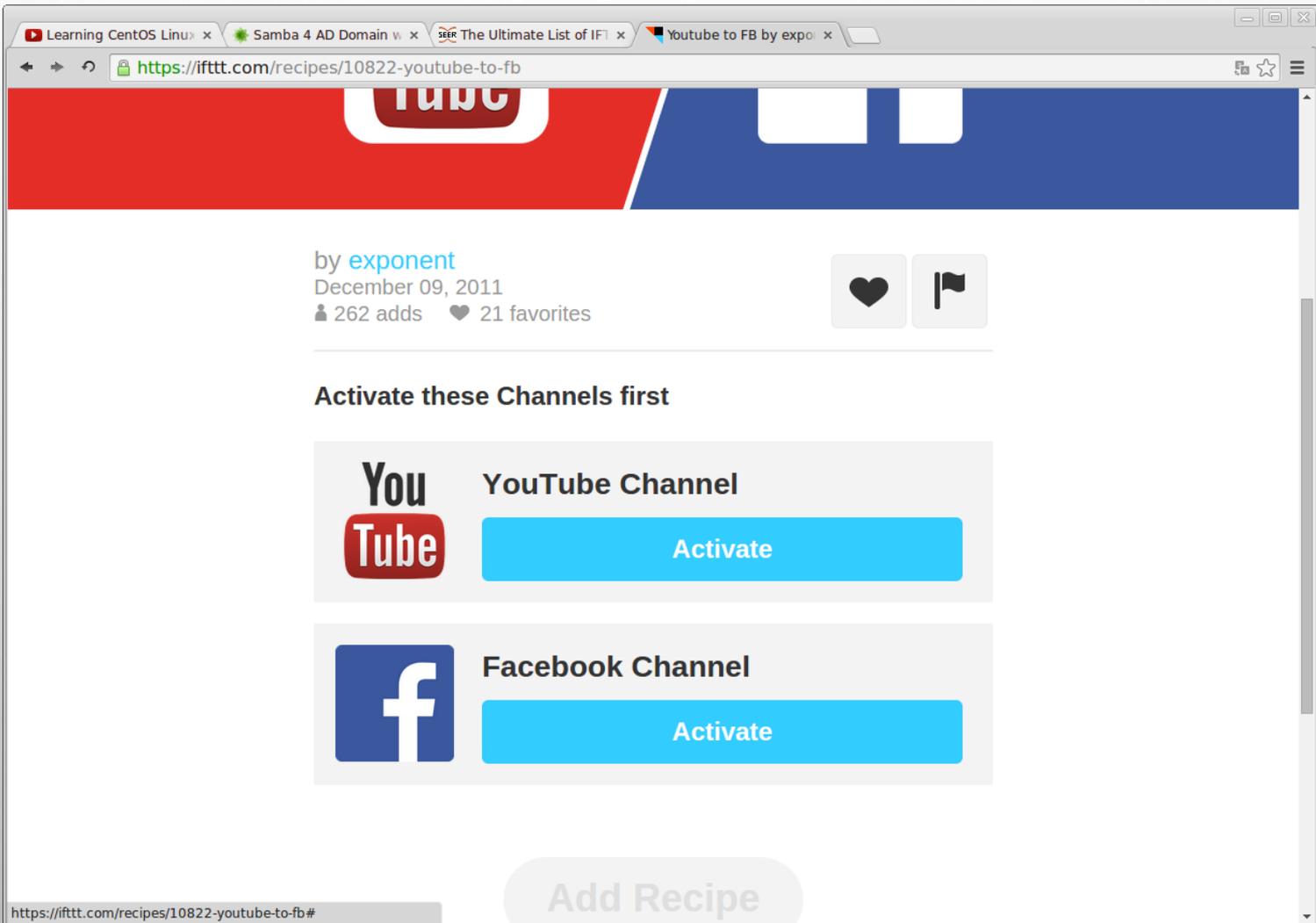
Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://ifttt.com/start#2>. The page features the IFTTT logo and the heading "Connect Channels to create Recipes". A progress bar is partially filled with green. The main content is a recipe card titled "Send me an e-mail if there will be rain tomorrow" by solomakhin, with 44k users and 1.1k likes. The card is annotated with handwritten blue text: "RECIPE" above the card, "TRIGGER CHANNEL" with an arrow pointing to the weather icon, and "ACTION CHANNEL" with an arrow pointing to the email icon. A large blue "Continue" button is at the bottom.

Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**

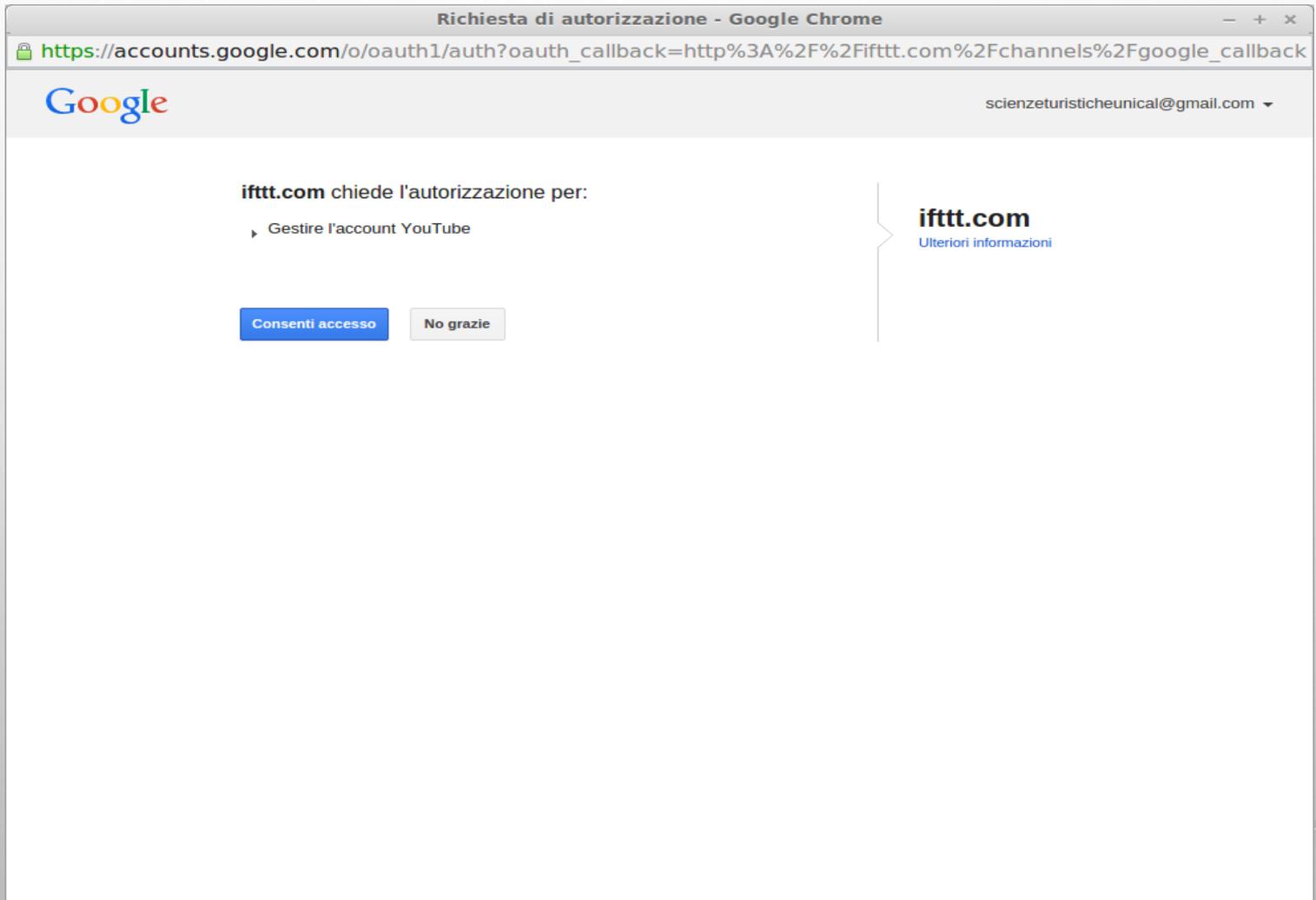


The screenshot shows a web browser window with the following elements:

- Browser Tabs:** Learning CentOS Linux, Samba 4 AD Domain, The Ultimate List of IFTTT, Youtube to FB by exponent.
- Address Bar:** <https://ifttt.com/recipes/10822-youtube-to-fb>
- Recipe Header:** A red and blue banner with the YouTube logo on the left and a Facebook logo on the right.
- Author Information:**
 - by [exponent](#)
 - December 09, 2011
 - 262 adds, 21 favorites
- Interaction Icons:** A heart icon and a flag icon.
- Channel Activation Section:**
 - Activate these Channels first**
 - YouTube Channel:** Includes the YouTube logo and a blue "Activate" button.
 - Facebook Channel:** Includes the Facebook logo and a blue "Activate" button.
- Footer:** A grey "Add Recipe" button and the URL <https://ifttt.com/recipes/10822-youtube-to-fb#>.

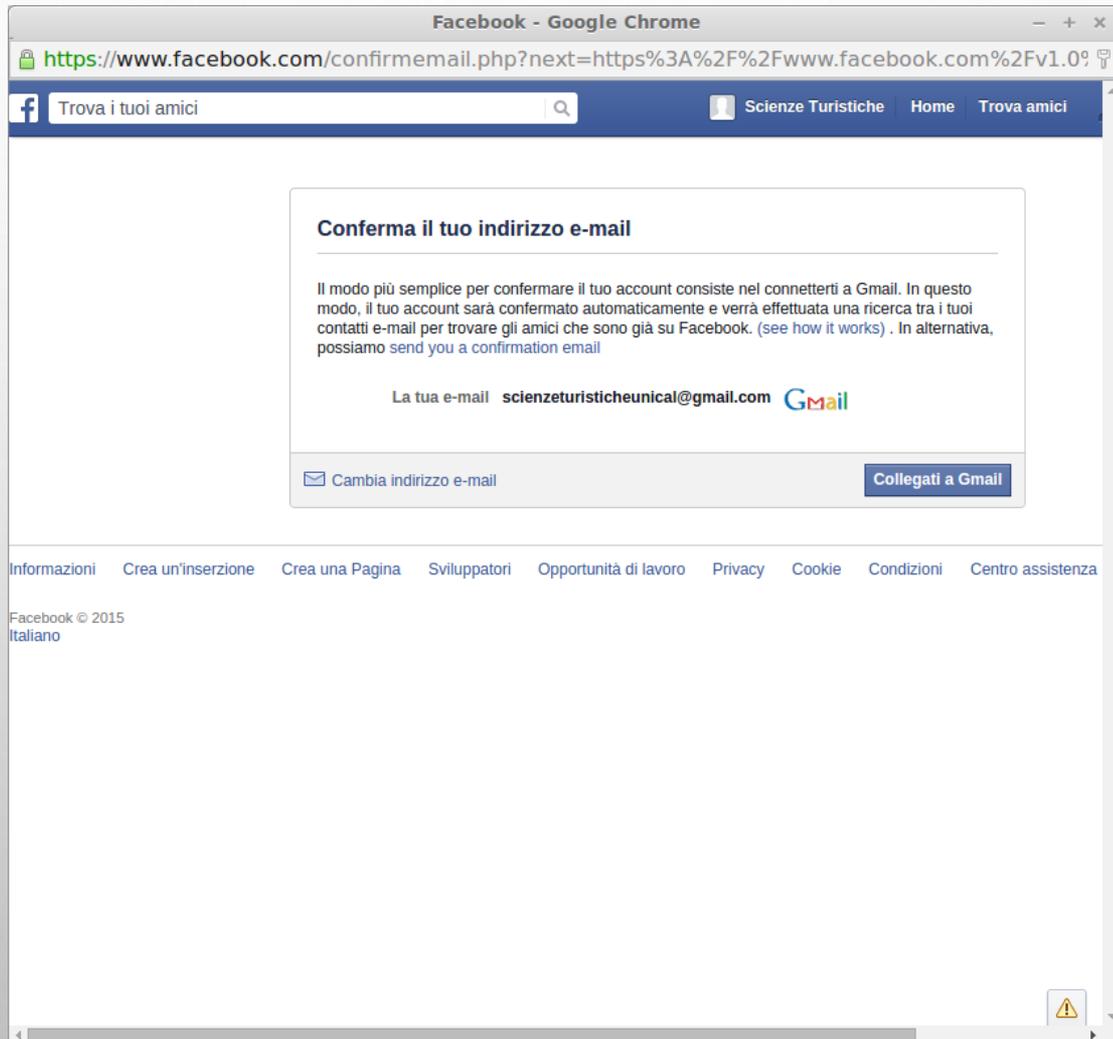
Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



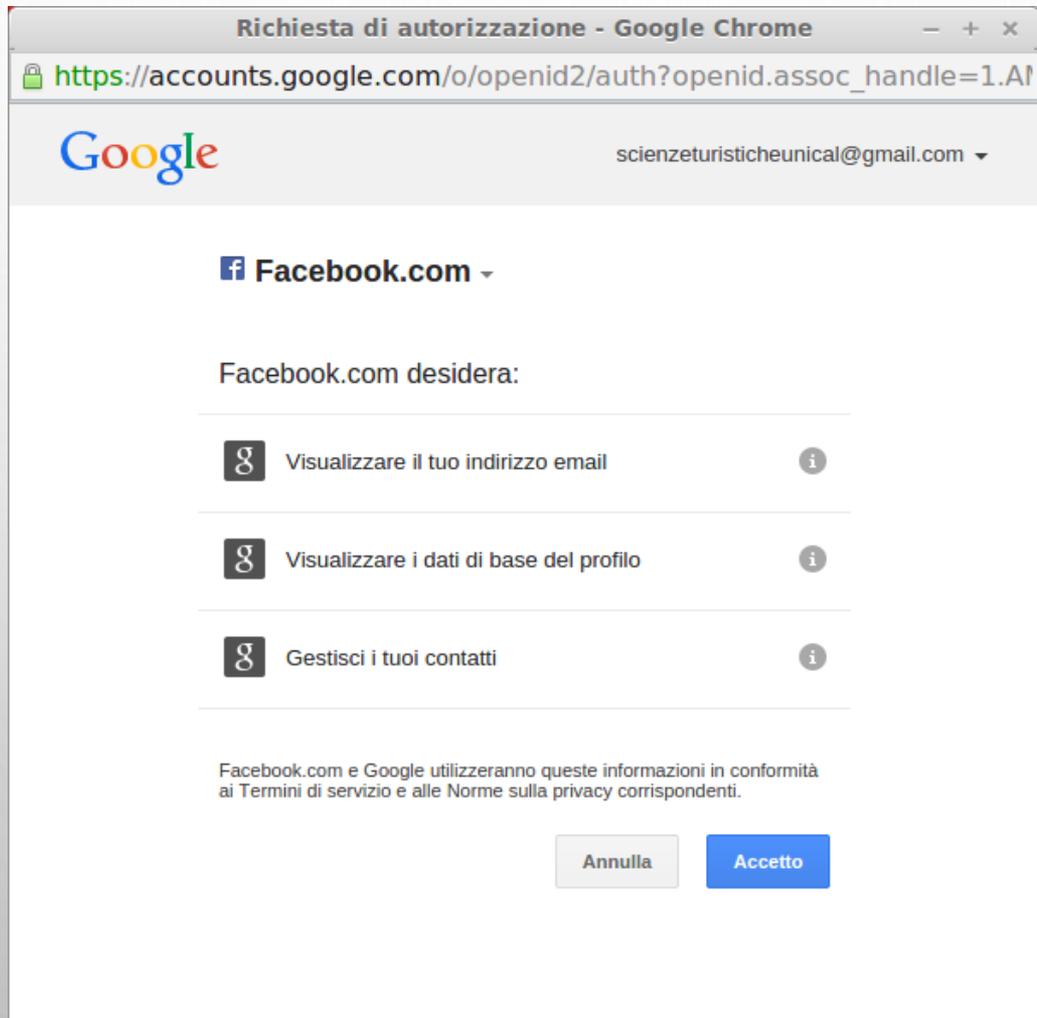
Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



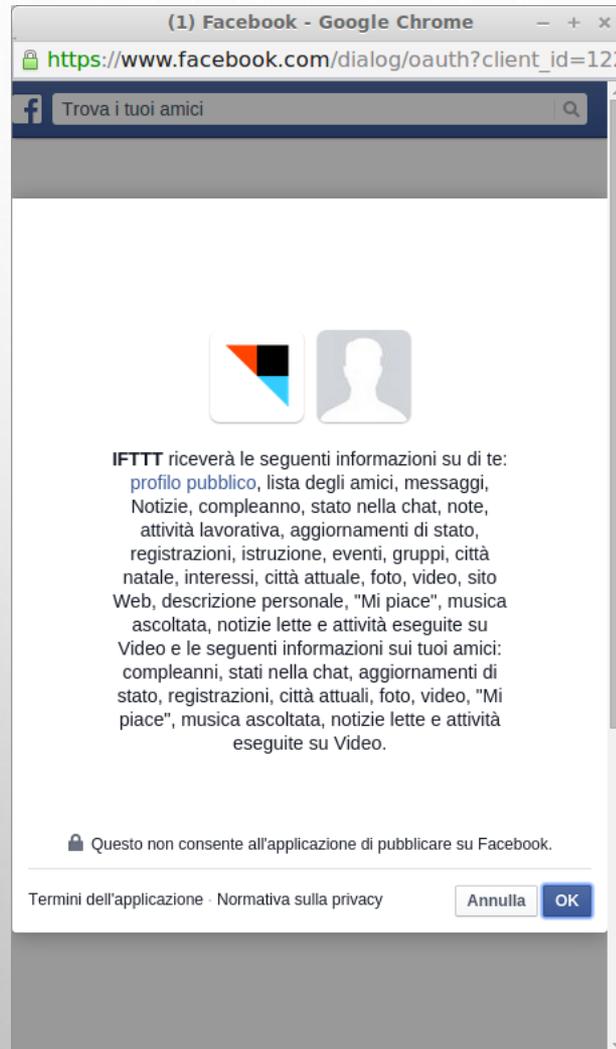
Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



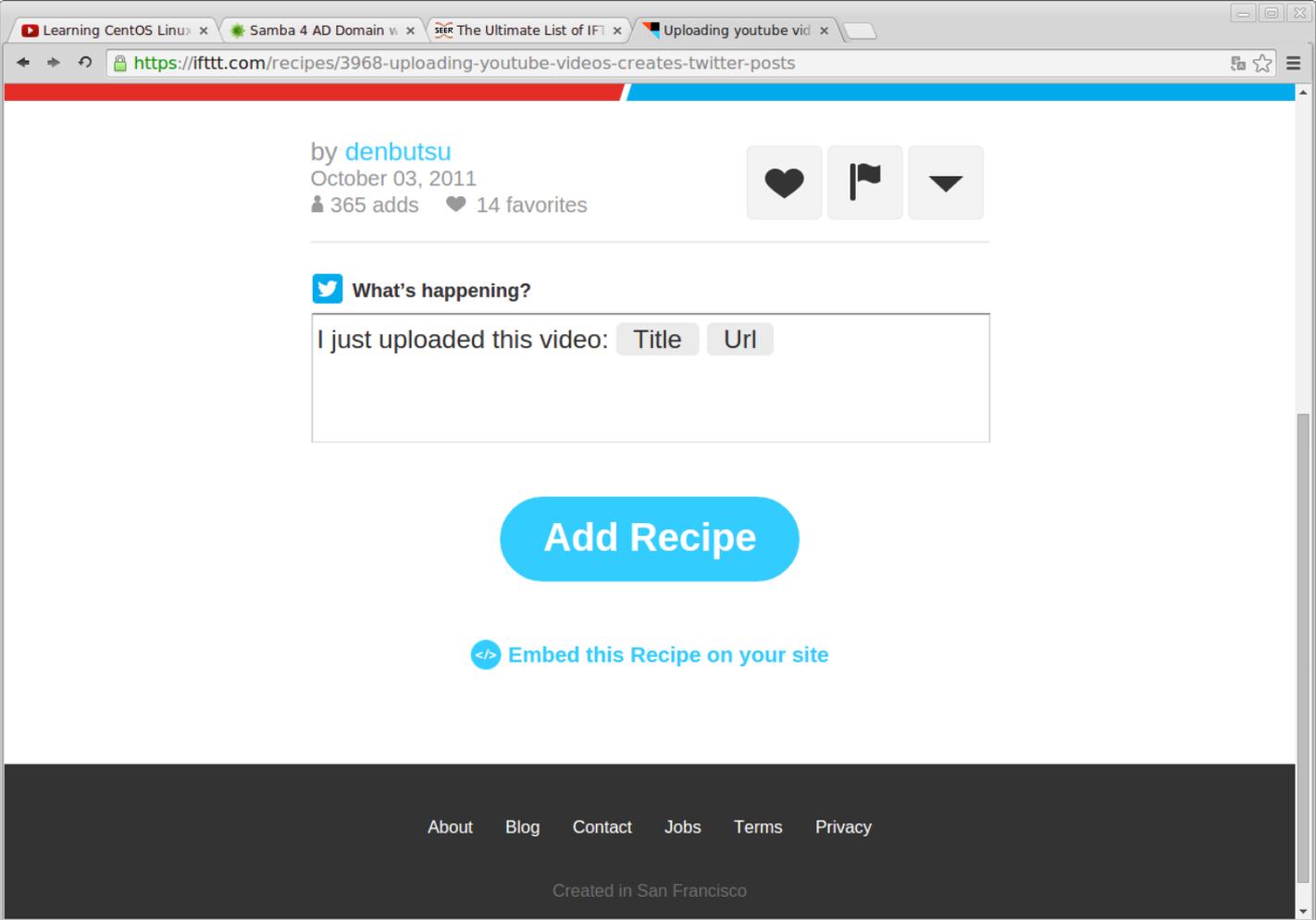
Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



The screenshot shows a web browser window with several tabs open: 'Learning CentOS Linu...', 'Samba 4 AD Domain v...', 'The Ultimate List of IF...', and 'Uploading youtube vid...'. The address bar shows the URL 'https://ifttt.com/recipes/3968-uploading-youtube-videos-creates-twitter-posts'. The page content includes:

- A header bar with a red and blue gradient.
- Author information: 'by [denbutsu](#)', 'October 03, 2011', '365 adds', and '14 favorites'. There are icons for a heart, a flag, and a dropdown menu.
- A 'What's happening?' section with a Twitter icon and a text input field containing 'I just uploaded this video:'. Below the input are 'Title' and 'Url' buttons.
- A large blue button labeled 'Add Recipe'.
- A link with a code icon: 'Embed this Recipe on your site'.
- A dark footer with links: 'About', 'Blog', 'Contact', 'Jobs', 'Terms', 'Privacy'.
- Text at the bottom: 'Created in San Francisco'.

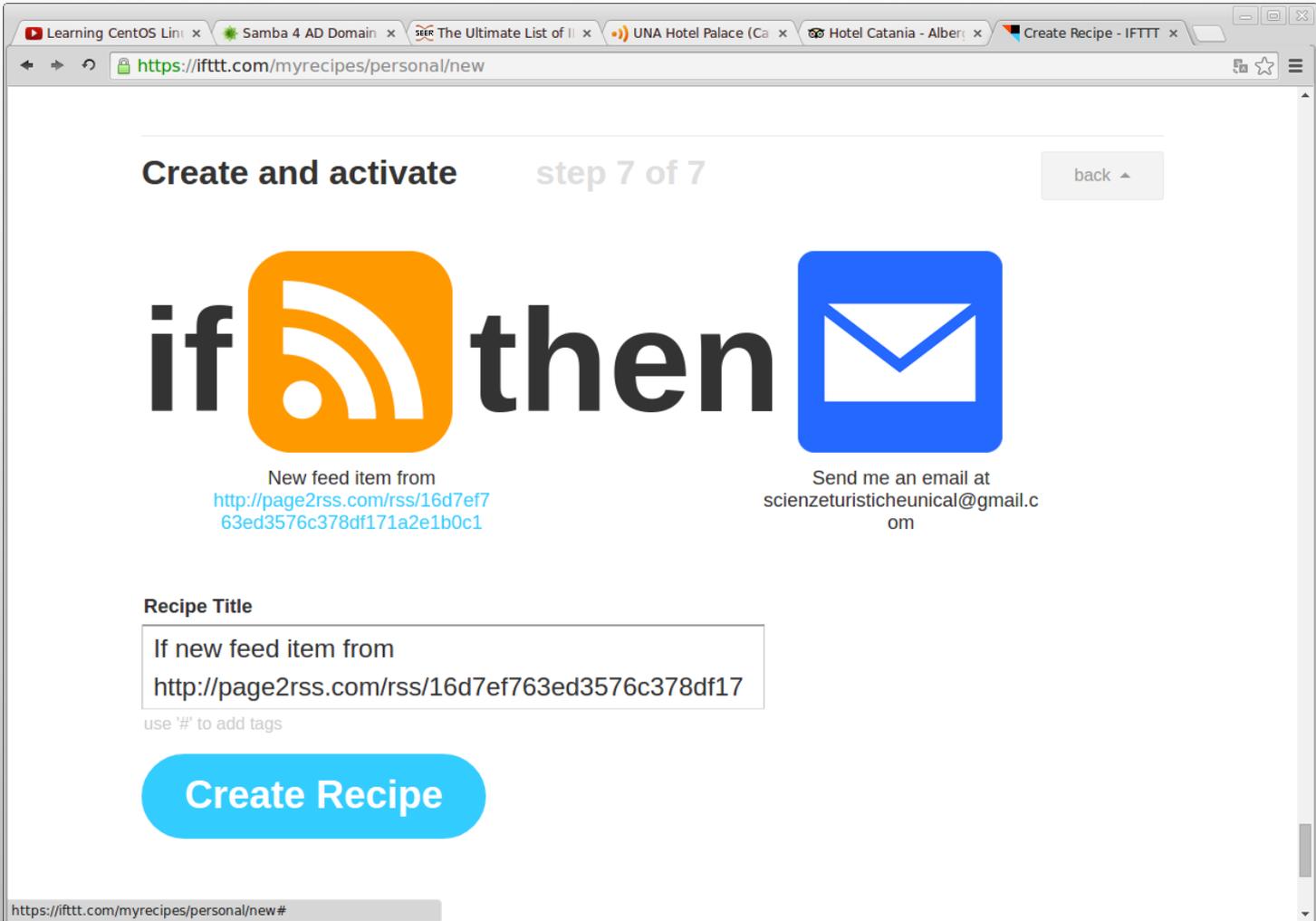
Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



Learning CentOS Lin x Samba 4 AD Domain x The Ultimate List of I x UNA Hotel Palace (Ca x Hotel Catania - Alber x Create Recipe - IFTTT x

https://ifttt.com/myrecipes/personal/new

Create and activate step 7 of 7 back

if  then 

New feed item from <http://page2rss.com/rss/16d7ef763ed3576c378df171a2e1b0c1>

Send me an email at scienzeturisticheunical@gmail.com

Recipe Title

If new feed item from <http://page2rss.com/rss/16d7ef763ed3576c378df171a2e1b0c1>

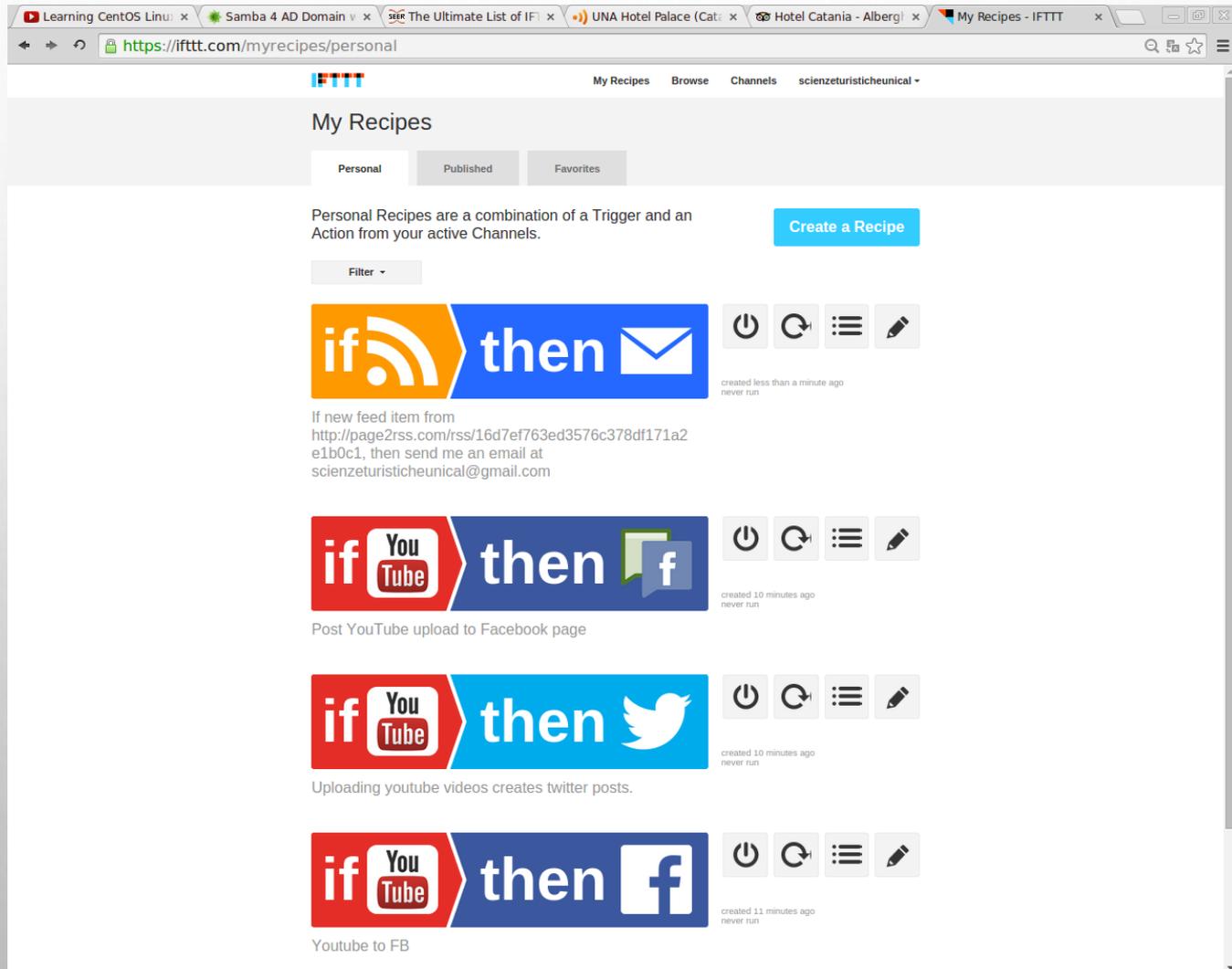
use '#' to add tags

Create Recipe

https://ifttt.com/myrecipes/personal/new#

Engagement, interazione

- **UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT**



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://ifttt.com/myrecipes/personal>. The page title is "My Recipes" and it features a navigation bar with "My Recipes", "Browse", "Channels", and "scienzeturisticheunical". Below the navigation bar, there are tabs for "Personal", "Published", and "Favorites". The main content area displays a list of recipes, each with a visual representation of the trigger and action, a description, and a status indicator.

Personal Recipes are a combination of a Trigger and an Action from your active Channels. [Create a Recipe](#)

Filter ▾

- if**  **then**     
created less than a minute ago
never run
If new feed item from <http://page2rss.com/rss/16d7ef763ed3576c378df171a2e1b0c1>, then send me an email at scienzeturisticheunical@gmail.com
- if**  **then**     
created 10 minutes ago
never run
Post YouTube upload to Facebook page
- if**  **then**     
created 10 minutes ago
never run
Uploading youtube videos creates twitter posts.
- if**  **then**     
created 11 minutes ago
never run
Youtube to FB

Engagement, interazione

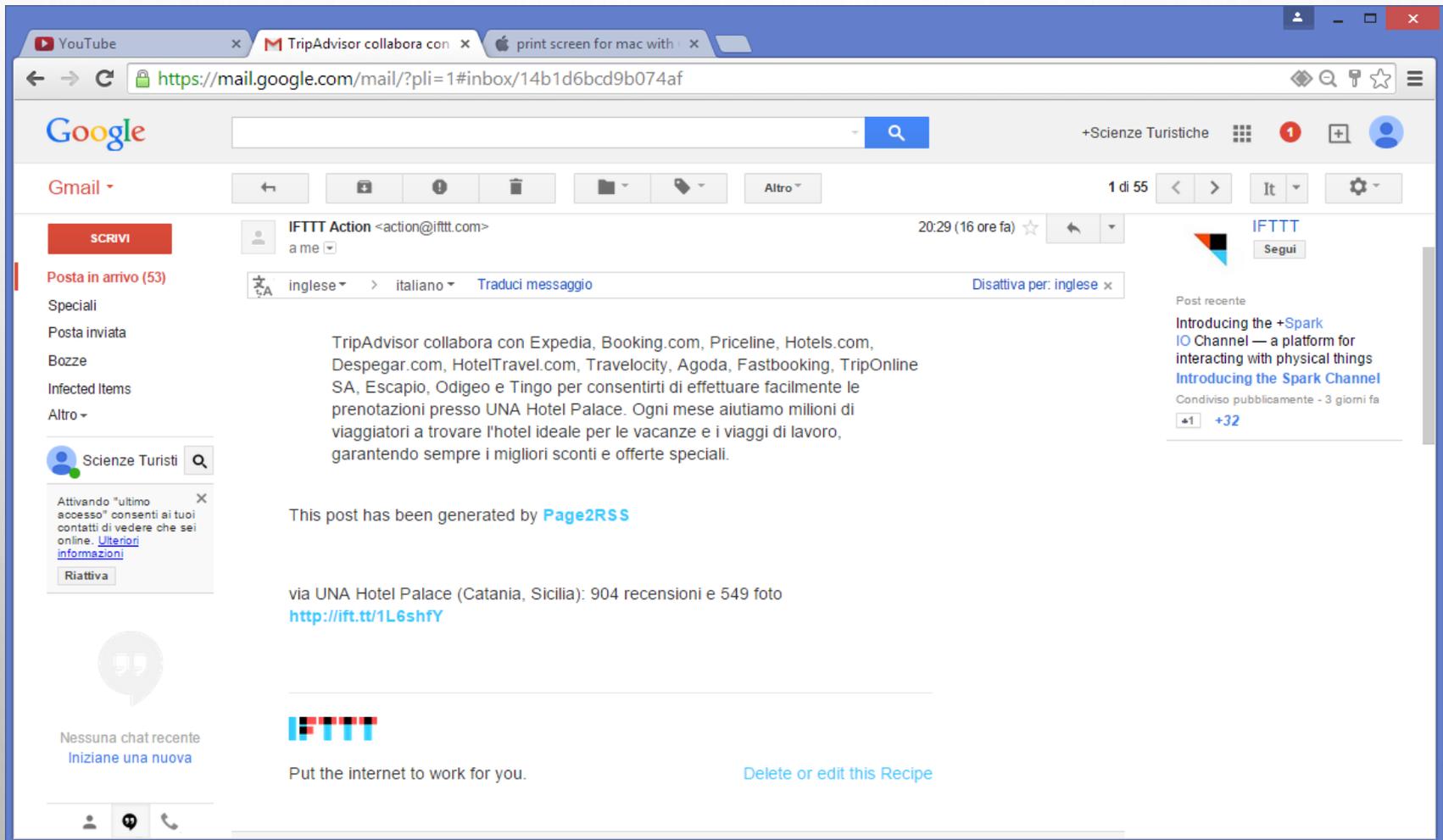
• UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT → RISULTATI

The screenshot shows a Gmail inbox with a series of automated emails generated by IFTTT actions. The emails are listed in a table format, showing the sender, the subject/content, and the time received.

Sender	Subject/Content	Time
IFTTT Action (3)	TripAdvisor collabora con Expedia, Booking.com, Priceline, Hotels - TripAdvisor collabora con Expedia	12:55
IFTTT Action	Recensito 4 settimane fa - Recensito 4 settimane fa TripAdvisor collabora con Expedia, Booking.com	08:55
IFTTT Action	Stiamo effettuando la ricerca - Stiamo effettuando la ricerca in 220 siti per trovare le migliori offerte	00:25
IFTTT Action	di 50 - di 50 €99 - €209 TripAdvisor collabora con Expedia, Booking.com, Priceline, Hotels.com, Desp	24 gen
IFTTT Action	TripAdvisor collabora con Booking.com, Expedia, Priceline, Hotels - TripAdvisor collabora con E	24 gen
IFTTT Action	Recensito 2 settimane fa - Recensito 2 settimane fa 26 recensioni Recensito il 19 dicembre 2014 Trip	24 gen
IFTTT Action	€99 - €207 TripAdvisor collabora con Expedia, Booking.com, Priceline, Hotels - €99 - €207 Trip	24 gen
IFTTT Action (3)	TripAdvisor collabora con Booking.com, Expedia, Priceline, Hotels - TripAdvisor collabora con E	23 gen
IFTTT Action	€100 - €205 TripAdvisor collabora con Expedia, Booking.com, Priceline, Hotels - €100 - €205 T	23 gen
IFTTT Action	Recensito 6 giorni fa - Recensito 6 giorni fa Recensito 2 settimane fa Recensito 5 settimane fa TripA	23 gen
IFTTT Action	TripAdvisor collabora con Booking.com, Expedia, Priceline, Hotels - TripAdvisor collabora con E	22 gen
IFTTT Action (4)	TripAdvisor collabora con Expedia, Booking.com, Priceline, Hotels - TripAdvisor collabora con E	22 gen
IFTTT Action	€99 - €200 TripAdvisor collabora con Expedia, Booking.com, Priceline, Hotels - €99 - €200 Trip	22 gen
IFTTT Action	Recensito 5 giorni fa - Recensito 5 giorni fa Recensito 2 settimane fa Recensito 2 settimane fa TripA	22 gen

Engagement, interazione

• UN ESEMPIO PRATICO: IFTTT → RISULTATI

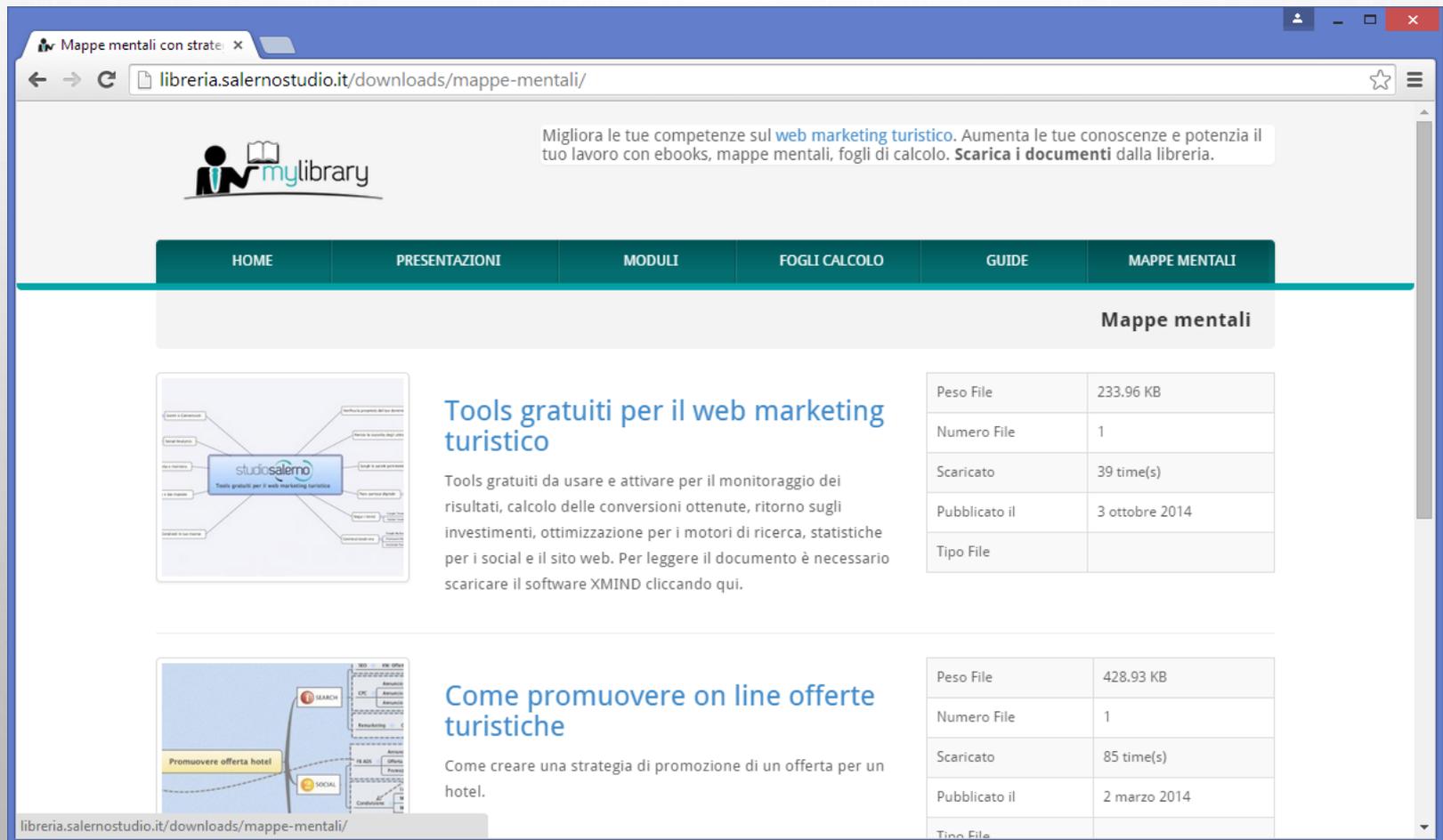


The screenshot shows a Gmail inbox on a desktop browser. The browser tabs include YouTube, TripAdvisor collabora con, and print screen for mac with. The address bar shows the URL: <https://mail.google.com/mail/?pli=1#inbox/14b1d6bcd9b074af>. The Gmail interface includes the Google logo, a search bar, and navigation icons. The email being viewed is from IFTTT Action <action@ifttt.com>, received 20:29 (16 ore fa). The subject is "a me". The email content is in Italian and discusses a collaboration between TripAdvisor and various travel agencies (Expedia, Booking.com, Priceline, Hotels.com, Despegar.com, HotelTravel.com, Travelocity, Agoda, Fastbooking, TripOnline SA, Escapio, Odigeo, and Tingo) to facilitate hotel bookings at UNA Hotel Palace. The email includes a link to a recipe: <http://ift.tt/1L6shfY>. The recipe title is "Put the internet to work for you." and it has 32 likes. The IFTTT logo is visible at the bottom of the email content. On the right side of the email, there is a "Post recente" section with a link to "Introducing the +Spark IO Channel — a platform for interacting with physical things" and a "Segui" button. The left sidebar shows the "Posta in arrivo (53)" and "Speciali" sections, along with a "Scienze Turisti" search bar and a notification about "Attivando 'ultimo accesso'".

Engagement, interazione

UN ESEMPIO PRATICO E NOSTRANO

- <http://libreria.salernostudio.it/>



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying libreria.salernostudio.it/downloads/mappe-mentali/. The page features a navigation menu with tabs for HOME, PRESENTAZIONI, MODULI, FOGLI CALCOLO, GUIDE, and MAPPE MENTALI. The main content area is titled "Mappe mentali" and displays two downloadable mind maps. Each entry includes a thumbnail image, a title, a description, and a table of file details.

Migliora le tue competenze sul [web marketing turistico](#). Aumenta le tue conoscenze e potenzia il tuo lavoro con ebooks, mappe mentali, fogli di calcolo. **Scarica i documenti** dalla libreria.

HOME **PRESENTAZIONI** **MODULI** **FOGLI CALCOLO** **GUIDE** **MAPPE MENTALI**

Mappe mentali

Tools gratuiti per il web marketing turistico

Tools gratuiti da usare e attivare per il monitoraggio dei risultati, calcolo delle conversioni ottenute, ritorno sugli investimenti, ottimizzazione per i motori di ricerca, statistiche per i social e il sito web. Per leggere il documento è necessario scaricare il software XMIND cliccando qui.

Peso File	233.96 KB
Numero File	1
Scaricato	39 time(s)
Publicato il	3 ottobre 2014
Tipo File	

Come promuovere on line offerte turistiche

Come creare una strategia di promozione di un'offerta per un hotel.

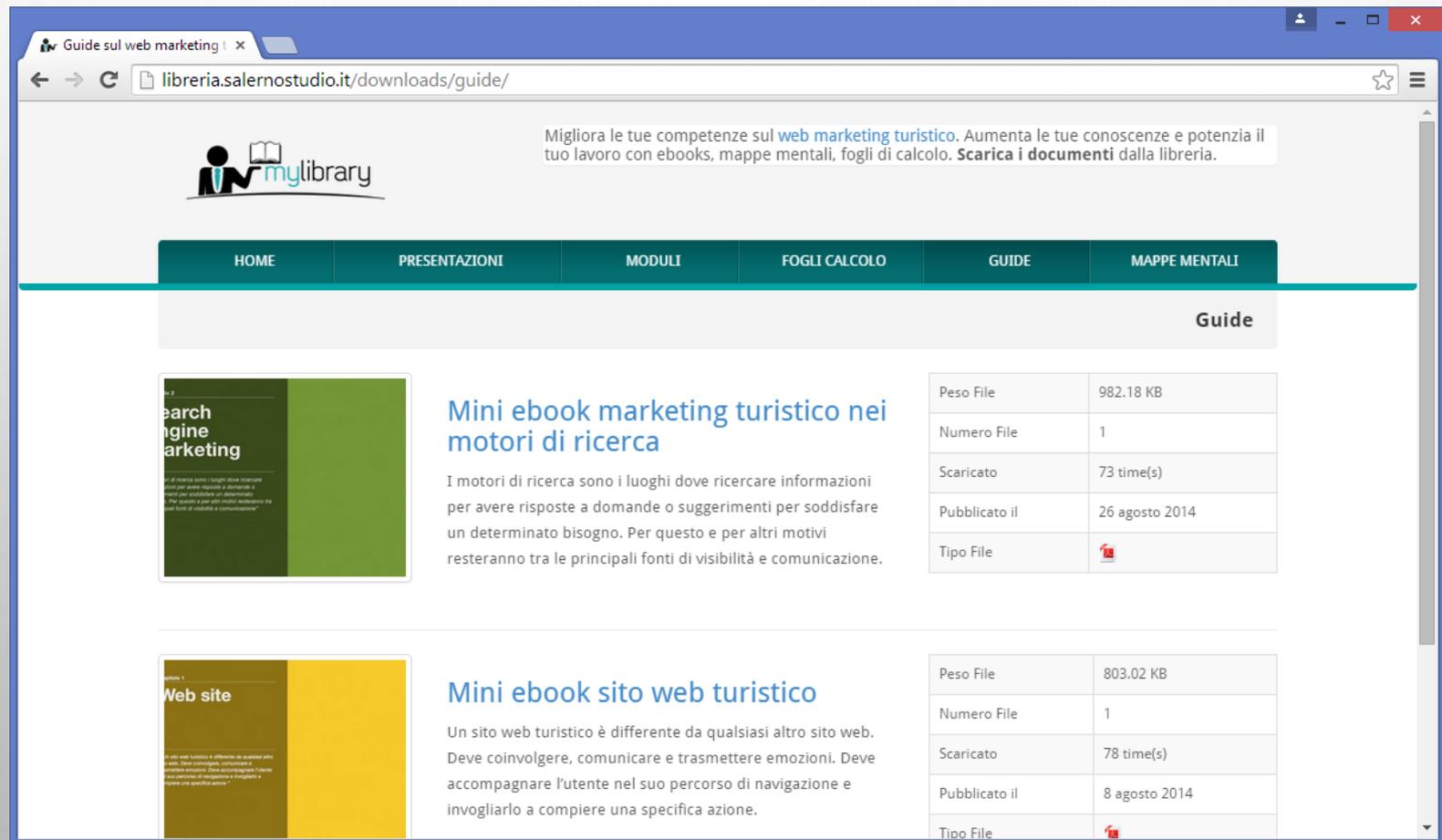
Peso File	428.93 KB
Numero File	1
Scaricato	85 time(s)
Publicato il	2 marzo 2014
Tipo File	

libreria.salernostudio.it/downloads/mappe-mentali/

Engagement, interazione

UN ESEMPIO PRATICO E NOSTRANO

- <http://libreria.salernostudio.it/>



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying libreria.salernostudio.it/downloads/guide/. The website header features the 'mylibrary' logo and a navigation menu with the following items: HOME, PRESENTAZIONI, MODULI, FOGLI CALCOLO, GUIDE, and MAPPE MENTALI. A banner at the top right encourages users to improve their web marketing skills by downloading documents from the library.

Guide

Mini ebook marketing turistico nei motori di ricerca

Il motore di ricerca sono i luoghi dove ricercare informazioni per avere risposte a domande o suggerimenti per soddisfare un determinato bisogno. Per questo e per altri motivi resteranno tra le principali fonti di visibilità e comunicazione.

Peso File	982.18 KB
Numero File	1
Scaricato	73 time(s)
Pubblicato il	26 agosto 2014
Tipo File	

Mini ebook sito web turistico

Un sito web turistico è differente da qualsiasi altro sito web. Deve coinvolgere, comunicare e trasmettere emozioni. Deve accompagnare l'utente nel suo percorso di navigazione e invogliarlo a compiere una specifica azione.

Peso File	803.02 KB
Numero File	1
Scaricato	78 time(s)
Pubblicato il	8 agosto 2014
Tipo File	



Wisdom will give you morals
Knowledge will give you truth
Truth will give you freedom
Free knowledge will give you wisdom

**La saggezza vi darà la morale,
La conoscenza vi darà la verità,
La verità vi darà libertà,
La conoscenza libera vi darà la
saggezza**

**GRAZIE
DELL'ATTENZIONE**