



***Fuorisalone.it***®

FUORISALONE -MILANO DESIGN WEEK  
12-17 APRILE 2016

# FUORISALONE MAGAZINE E PIANI DI COMUNICAZIONE 2016

online dal 15 Febbraio 2016

allegato a Presentazione Fuorisalone 2016

UN PROGETTO DI



STUDIOLABO

# — Fuorisalone Magazine —

[Focus On](#) / [Discovery](#) / [Stories](#) / [Ambassadors](#) / [Milano Design Award](#) / [Pins](#)

EDITORIAL

## Fuorisalone Magazine Editoriale

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Nulla cursus, massa lobortis vehicula aliquet, lacus est tempor nunc, id ultricies neque nisi nec velit. Curabitur consectetur, velit id gravida mollis, purus nisi suscipit risus, ut malesuada nisl magna et quam. Pellentesque elit nisi, pellentesque vel justo sit amet, ornare tristique justo. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus at dolor quis nulla sollicitudin tempor. In elementum, lorem vel vulputate bibendum, enim enim elementum ex, vitae ornare dolor velit ac arcu. Mauris consequat viverra nisi non maximus.

READ MORE →

— Paolo Ferrarini



# Introduzione

---

**Fuorisalone.it introduce per l'edizione 2016 *Fuorisalone Magazine***, un nuovo format di progetto che allarga l'offerta di comunicazione e promozione online della design week milanese.

Grazie al nuovo *Magazine*, fuorisalone.it si propone oltre che come guida e strumento di orientamento anche come contenitore di storie, personaggi, approfondimenti e anteprime sul mondo del design.

Il *Magazine* anticipa la pubblicazione della guida - prevista per fine marzo - offrendo contenuti e anteprime sugli eventi. Il lavoro sarà svolto da una redazione interna che ha per obiettivo quello di stimolare le aziende, i designer e gli addetti ai lavori per presentare dei contenuti in anteprima al nostro pubblico.

Paolo Ferrarini, giornalista, docente universitario e corrispondente italiano di Cool Hunting, è il coordinatore del *Magazine*: grazie al suo prezioso contributo sarà garantito un piano editoriale strutturato e trasversale rispetto ai diversi linguaggi e tipologie che contaminano l'evento.

# Struttura

---

***Fuorisalone Magazine*** si compone di 5 sezioni che prevedono contenuti originali, prodotti dalla redazione o proposti dagli inserzionisti.

Il nostro obiettivo è quello di offrire un punto di vista critico sull'argomento. Andando oltre all'aspetto commerciale creiamo un maggior interesse nei nostri lettori.

***Fuorisalone Magazine*** prevede le seguenti 5 sezioni:

- **FOCUS** on things that matter
- **DISCOVER** before the others
- **PEOPLE** who made Design Week
- **STORIES** about the essentials of Design Week
- **DESIGN AWARD** best of Fuorisalone 2016

# Timing

---

*Fuorisalone Magazine* sarà pubblicato online dal 15 febbraio con un palinesto di uscite programmate con gli inserzionisti e collegate al piano *social media* sui canali facebook, twitter e instagram. Il piano *social media* sarà lanciato in questa edizione.

**La pubblicazione del portale fuorisalone.it è organizzata in quattro momenti fondamentali:**

**Waiting for Fuorisalone (15 febbraio)**

pubblicazione online del *Fuorisalone Magazine* con un timing che prevede uscite distribuite nelle settimane precedenti all'evento

**Almost Fuorisalone (4 aprile - 12 aprile)**

pubblicazione online della versione completa del sito con guida eventi, mappa, ricerca etc

**Live (12 - 17 aprile)**

sito aggiornato con il contributo di 100 e.reporter, feed social, app mobile etc

**Post Fuorisalone (20 aprile)**

pubblicazione online della reportistica sull'evento

## SEZIONE: FOCUS

### On things that matter

Questa sezione prevede la pubblicazione di articoli estesi dedicati al singolo brand o progetto proposto, arricchiti da una galleria immagini, video e contenuti speciali.

La sezione Focus, evoluzione del precedente format “evento speciale”, diventa la sezione più importante sia per livello di dettaglio sia per la tipologia di contenuto.

Gli articoli di questa sezione saranno aggiornati seguendo la scansione temporale prevista nel progetto: presentazione anteprima, inserimento del palinsesto e reportistica con foto live.

Il palinsesto sarà composto sia di contenuti auto-riali sia di contenuti a pagamento, di conseguenza si potranno acquistare delle uscite da parte dei nostri clienti.

## Timing

---

### ***WAITING-FS* ARTICOLO NEL MAGAZINE**

Presenta il contenuto e l’azienda senza dare riferimenti diretti all’evento proposto al fuorisalone.

### ***ALMOST-FS* EVENTO IN AGENDA**

Con il lancio della guida eventi, nei primi giorni di aprile, l’articolo si collegherà alla scheda evento arricchendo le informazioni già presenti.

### ***LIVE* FOTO REPORTER**

L’articolo si aggiornerà con le foto degli e.reporter, caricate in tempo reale, arricchendo così anche i contenuti della nostra community.

## SEZIONE: DISCOVER

### Before the others

Questa sezione prevede la pubblicazione di articoli brevi, composti da un'immagine fissa, un testo breve e link.

La sezione Discover, evoluzione del precedente format "banner", risulta essere la sezione più ricca di spunti e contenuti legati alla Design Week.

Gli articoli di questa sezione saranno aggiornati seguendo la scansione temporale prevista nel progetto: presentazione anteprima, collegamento alla scheda evento.

Il palinsesto sarà composto sia di contenuti auto-riali sia di contenuti a pagamento, di conseguenza si potranno acquistare delle uscite da parte dei nostri clienti.

## Timing

---

### ***WAITING-FS* ARTICOLO NEL MAGAZINE**

Presenta in maniera sintetica l'azienda e il contenuto del progetto, senza fare riferimenti diretti all'evento proposto al fuorisalone.

### ***ALMOST-FS* EVENTO IN AGENDA**

Con il lancio della guida eventi, nei primi giorni di aprile, l'articolo si collegherà alla scheda evento arricchendo le informazioni già presenti.

## SEZIONE: STORIES

### About the essential of Design Week

Questa sezione prevede il racconto del Fuorisalone visto dai suoi protagonisti: aziende di design che hanno contribuito a creare il “mito” della design week milanese.

Una raccolta di “storie di successo” di aziende legate al furniture design, una personale “fotografia dell’evento” attraverso il loro approccio al Fuorisalone e al Salone del mobile.

L’obiettivo è quello di esprimere cosa rappresenta per loro la Design Week, qual’è la percezione delle zone e percorsi, qual’è stato il momento più importante o l’aneddoto che ha segnato maggiormente l’evoluzione dell’azienda.

### Timing

---

#### ***WAITING-FS* ARTICOLO NEL MAGAZINE**

Presenta l’azienda e l’intervista arricchita di galleria fotografica e aneddoti.

#### ***ALMOST-FS* EVENTO IN AGENDA**

Con il lancio della guida eventi, nei primi giorni di aprile, la pagina verrà arricchita della lista di eventi che vedrà protagonista l’azienda.



## SEZIONE: PEOPLE

### Who made Design Week

Questa sezione prevede la pubblicazione di punti di vista e racconti sul Fuorisalone da parte dei suoi protagonisti. Una selezione di persone che hanno vissuto da autori, addetti ai lavori e osservatori privilegiati le design week milanesi.

Attraverso la loro esperienza vogliamo ripercorrere i momenti migliori, conoscere gli aneddoti, raccontare e scoprire dietro le quinte i cambiamenti che hanno segnato il Fuorisalone.

Ogni protagonista ci darà la lista dei suoi “imperdibili”, elenco di appuntamenti da non perdere durante il prossimo Fuorisalone.

## Timing

---

### ***WAITING-FS* ARTICOLO NEL MAGAZINE**

Presenta la persona e l'intervista arricchita di galleria fotografica e aneddoti.

### ***ALMOST-FS* EVENTO IN AGENDA**

Con il lancio della guida eventi, nei primi giorni di aprile, la pagina verrà arricchita della lista di eventi imperdibili consigliati dal nostro protagonista.

## SEZIONE: MILANO DESIGN AWARD

Milano Design Award, giunto alla sua sesta edizione, è il primo e unico premio destinato ai migliori allestimenti della design week milanese.

Ogni anno si conferma uno dei momenti più interessanti poiché contribuisce a valorizzare la ricerca e la creatività del Fuorisalone attraverso una selezione di allestimenti.

Il premio, ideato da Elita all'interno del Design Week Festival, da questa edizione avrà la partecipazione di fuorisalone.it e la collaborazione di diversi soggetti del tavolo Interzone voluto dal Comune di Milano.

### Timing

---

#### ***WAITING-FS* ARTICOLO NEL MAGAZINE**

Presenta il premio, la giuria e le diverse categorie in gara oltre a raccontare i protagonisti delle precedenti edizioni.

#### ***ALMOST-FS* EVENTO IN AGENDA**

La pagina verrà arricchita della lista di eventi selezionati dalla giuria come candidati al premio e/o alle singole categorie in gara.

#### ***POST* ELEMCO VINCITORI**

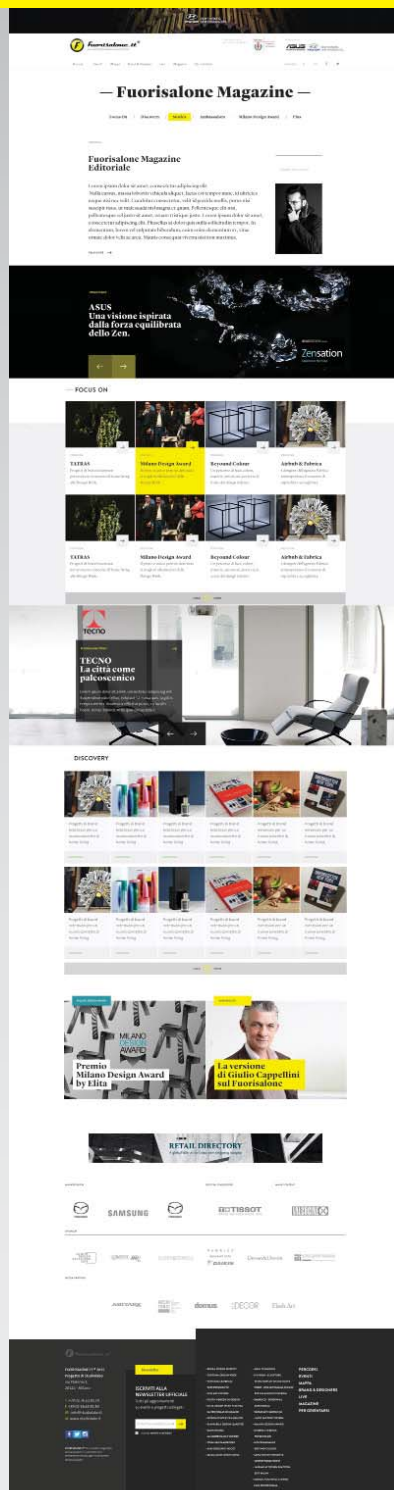
La pagina verrà arricchita dall'elenco vincitori e dalle foto della premiazione con le motivazioni della giuria.

---

# LAYOUT

Template grafico del Fuorisalone Magazine

---



## Fuorisalone Magazine Layout sito web

Fuorisalone.it propone per l'edizione 2016 un nuovo layout grafico e una nuova organizzazione dei contenuti. Il menù prevede un'interazione tra Fuorisalone Magazine, guida eventi e live report, macro sezioni di contenuti del portale.

Fuorisalone Magazine è la prima sezione a venir pubblicata (15 Febbraio 2016) con un menu di navigazione che prevede anche la voce informazioni (dati di orientamento) e la voce contatti.

L'homepage del Fuorisalone Magazine è organizzata per fasce di contenuto, ciascuna composta da una preview degli argomenti trattati.

I contenuti sono suddivisi tra quelli proposti dalla redazione, grazie ad un accurato lavoro di ricerca e interviste, e quelli proposti dai nostri inserzionisti.

Interfaccia semplice e argomenti correlati per facilitare la navigazione e condivisione dei contenuti.

## Home Page Blocco superiore

La prima fascia dell'homepage propone il testo dell'editoriale scritto dal nostro coordinatore Paolo Ferrarini.

La seconda fascia è dedicata ai contenuti legati agli eventi dei nostri mainsponsor.

La terza fascia anticipa gli articoli Focus prodotti sia dalla redazione sia dai nostri inserzionisti.

\* I contenuti dei blocchi proposti in questo layout sono puramente indicativi e funzionali solamente alla presentazione della preview del progetto.

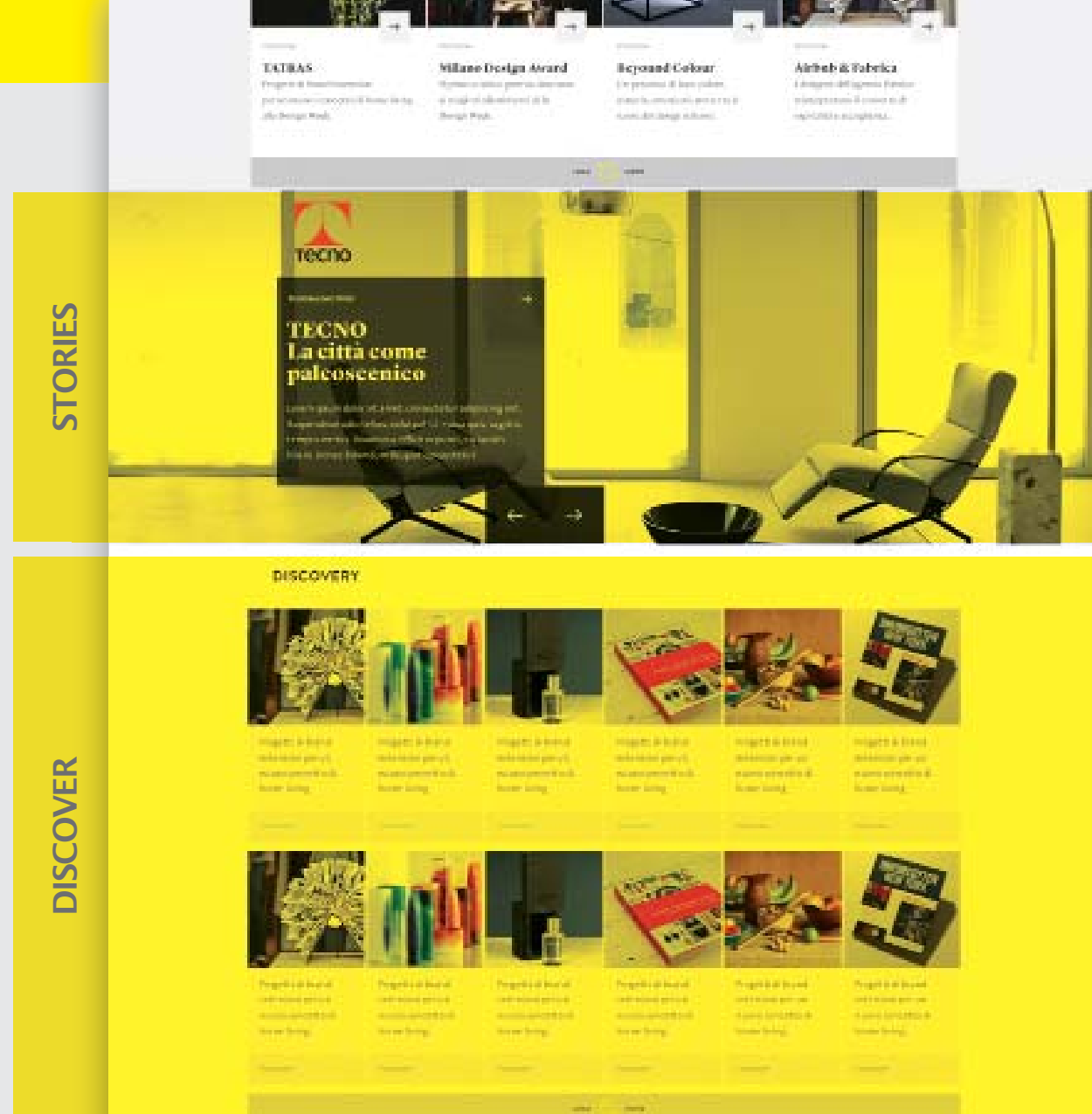


## Home Page Blocco centrale

Il blocco centrale prevede una prima fascia dedicata alle Storie con una preview del marchio dell'azienda, una grande immagine di sfondo e un testo con il link diretto alla pagina interna. La fascia presenterà uno slideshow di quattro aziende random tra quelle presenti nel database.

La fascia successiva è occupata da una preview degli articoli proposti nella sezione Discover, immagine e un breve testo con link diretto alla scheda interna.

\* I contenuti dei blocchi proposti in questo layout sono puramente indicativi e funzionali solamente alla presentazione della preview del progetto.



## Home Page Blocco inferiore

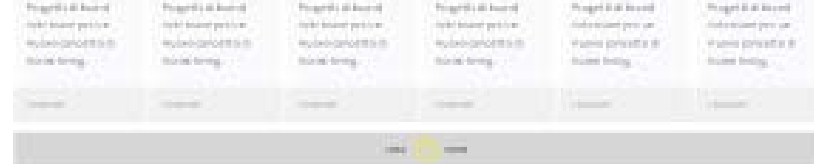
Il blocco inferiore presenta il premio Milano Design Award, la sezione People, banner e footer.

Il box dedicato alla sezione People propone un'immagine profilo di uno dei nostri protagonisti, una citazione estratta dall'intervista e link diretto alla pagina interna. È previsto un caricamento random tra i diversi profili in database.

Il banner a misura fissa può vedere la rotazione fino a quattro diversi contenuti.

Il footer presenta i marchi legati ai nostri sponsor, partner e media partner.

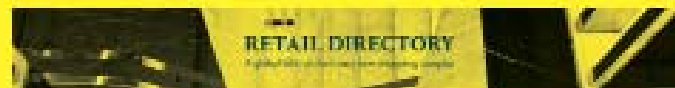
\* I contenuti dei blocchi proposti in questo layout sono puramente indicativi e funzionali solamente alla presentazione della preview del progetto.



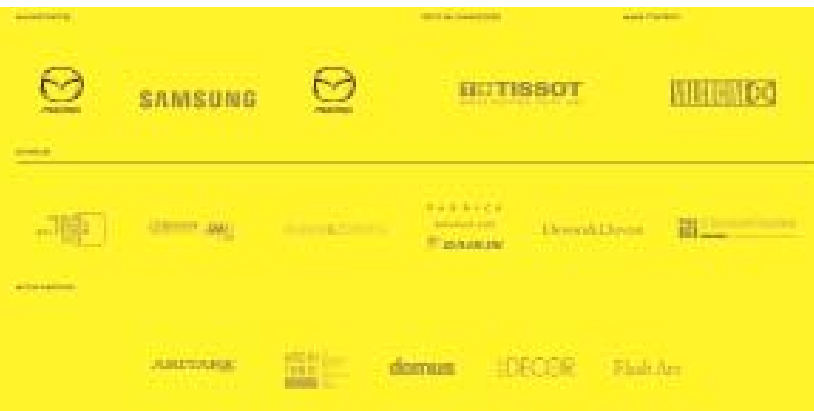
PREMIO PEOPLE

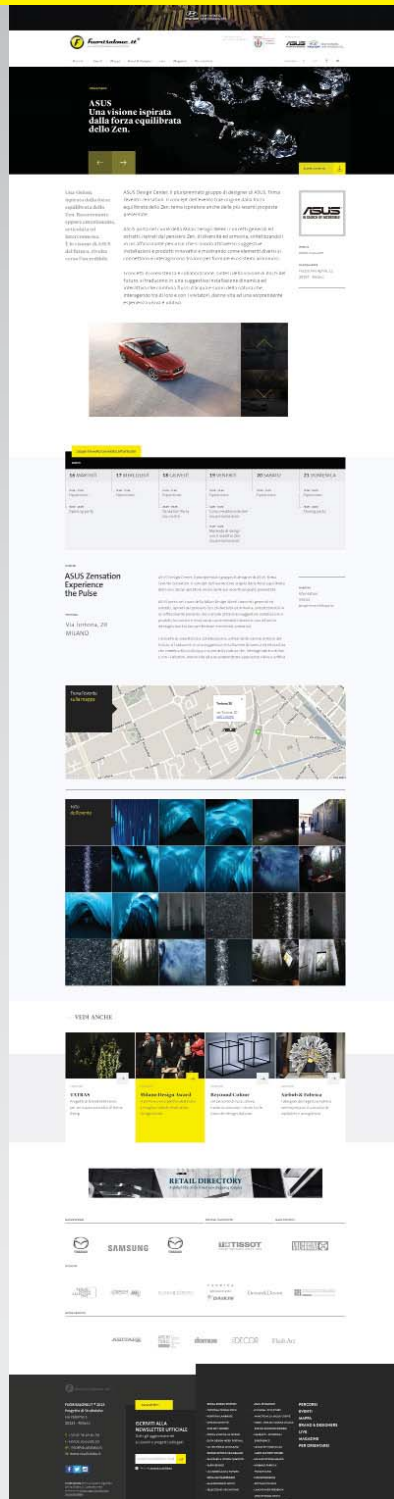


BANNER



FOOTER LOGHI





## Fuorisalone Magazine Layout sezione Focus

Questa sezione prevede la pubblicazione di articoli estesi dedicati al singolo brand o progetto proposto, arricchiti da una galleria immagini, video e contenuti speciali. La sezione Focus, evoluzione del precedente format “evento speciale”, diventa la sezione più importante sia per livello di dettaglio sia per la tipologia di contenuto.

La pagina interna di ogni singolo focus è organizzata in 3 macro fasce che riportano il contenuto nei tre diversi momenti di lancio del progetto.

La prima propone un testo introduttivo relativo all’azienda, una gallery fotografica e possibili video, la seconda presenta la scheda evento con palinesto e mappa di localizzazione, la terza si concentra sul report fotografico live prodotto dai nostri 100 e.reporter.



## Focus Blocco superiore

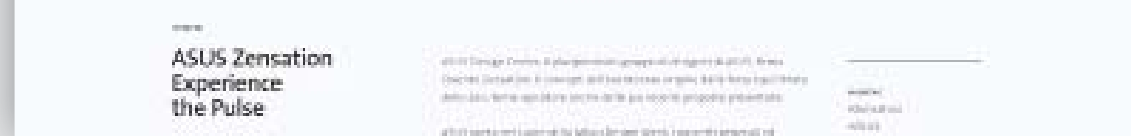
La sezione focus prevede per ogni azienda una pagina dedicata, raggiungibile da una url specifica per il brand.

Il blocco superiore è composto da una cover, presentazione dell'azienda/brand e da un palinsesto.

La prima porzione è formata da una cover slideshow, dal contenuto di presentazione dell'azienda, dal logo e da una gallery fotografica con possibilità di inserimento video.

La seconda parte è formata dal palinsesto settimanale suddiviso per le attività giornaliere.

\* I contenuti dei blocchi proposti in questo layout sono puramente indicativi e funzionali solamente alla presentazione della preview del progetto.



## Focus Blocco inferiore

Il blocco inferiore prevede la scheda evento, visibile anche nella guida eventi generica, la mappa con la geolocalizzazione della location e la gallery fotografica live prodotta dagli e.reporter.

\* I contenuti dei blocchi proposti in questo layout sono puramente indicativi e funzionali solamente alla presentazione della preview del progetto.

### SCHEDA EVENTO

#### ASUS Zensation Experience the Pulse

Via Ippolito, 20  
MILANO

ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle. Scopri la tecnologia di punta ASUS e il mondo degli smart devices. ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle.

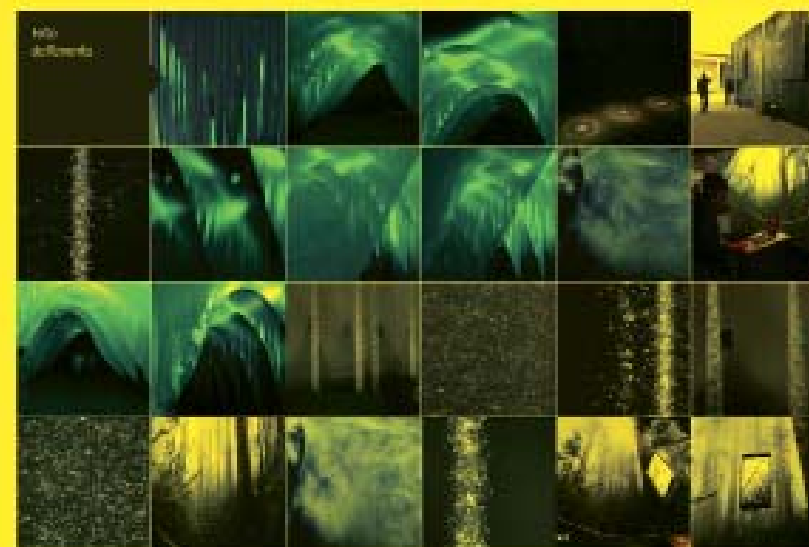
ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle. Scopri la tecnologia di punta ASUS e il mondo degli smart devices. ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle.

ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle. Scopri la tecnologia di punta ASUS e il mondo degli smart devices. ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle.

ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle. Scopri la tecnologia di punta ASUS e il mondo degli smart devices. ASUS Zensation Experience è un'esperienza immersiva di design e lifestyle.



### FOTO GALLERY LIVE



— VEDI ANCHE —



## Focus Agenda Eventi

La sezione Focus è la parte più importante del magazine.

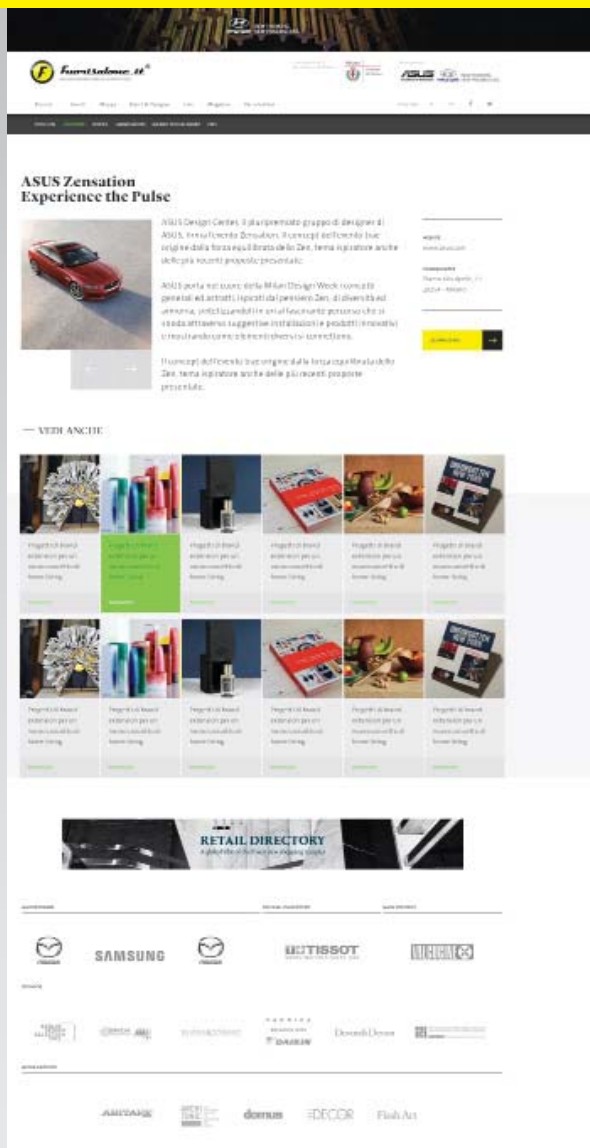
L'articolo Focus si andrà a collegare, dove presente, all'evento di riferimento nell'Agenda Eventi.

Nella sezione Agenda Eventi del sito le aziende che hanno deciso di acquistare il Focus avranno l'evento in evidenza all'inizio della pagina con ordine alfabetico tra loro.

FOCUS IN EVIDENZA

The screenshot displays the Fuorisalone.it website interface. At the top, there are logos for the event, including 'Fuorisalone.it MILANO DESIGN WEEK 12-17 APRILE 2016', the Comune di Milano, and main sponsors ASUS and Hyundai. A navigation bar contains links for PERCORSI, EVENTI, MAPPA, LIVE, MAGAZINE, INFORMAZIONI, and CONTATTI. Below this is a secondary navigation bar with LISTA, IMMAGINI, MAPPA, and AGENDA PERSONALE. The main content area features a search filter on the left and a list of events on the right. A yellow banner highlights the 'Cerca Eventi' section, which shows 1258 events found. The first four events are highlighted with a yellow background, indicating they are 'Focus' events. Each event card includes a 'FOCUS' badge, a 'CROP' image, the event title, and category tags like 'ARTE (GENERALE)', 'ARCHITETTURA (GENERALE)', and 'RESIDENZIALE'. A 'FILTRA EVENTI' button is located below the filters. The page is paginated to show 1/53 pages.

\* I contenuti dei blocchi proposti in questo layout sono puramente indicativi e funzionali solamente alla presentazione della preview del progetto.



## Fuorisalone Magazine Layout sezione Discover

Questa sezione prevede la pubblicazione di articoli brevi, composti da un'immagine, un testo breve e un link che può portare alla scheda evento o ad un sito di approfondimento.

Un modo semplice per promuovere e presentare contenuti redazionali.

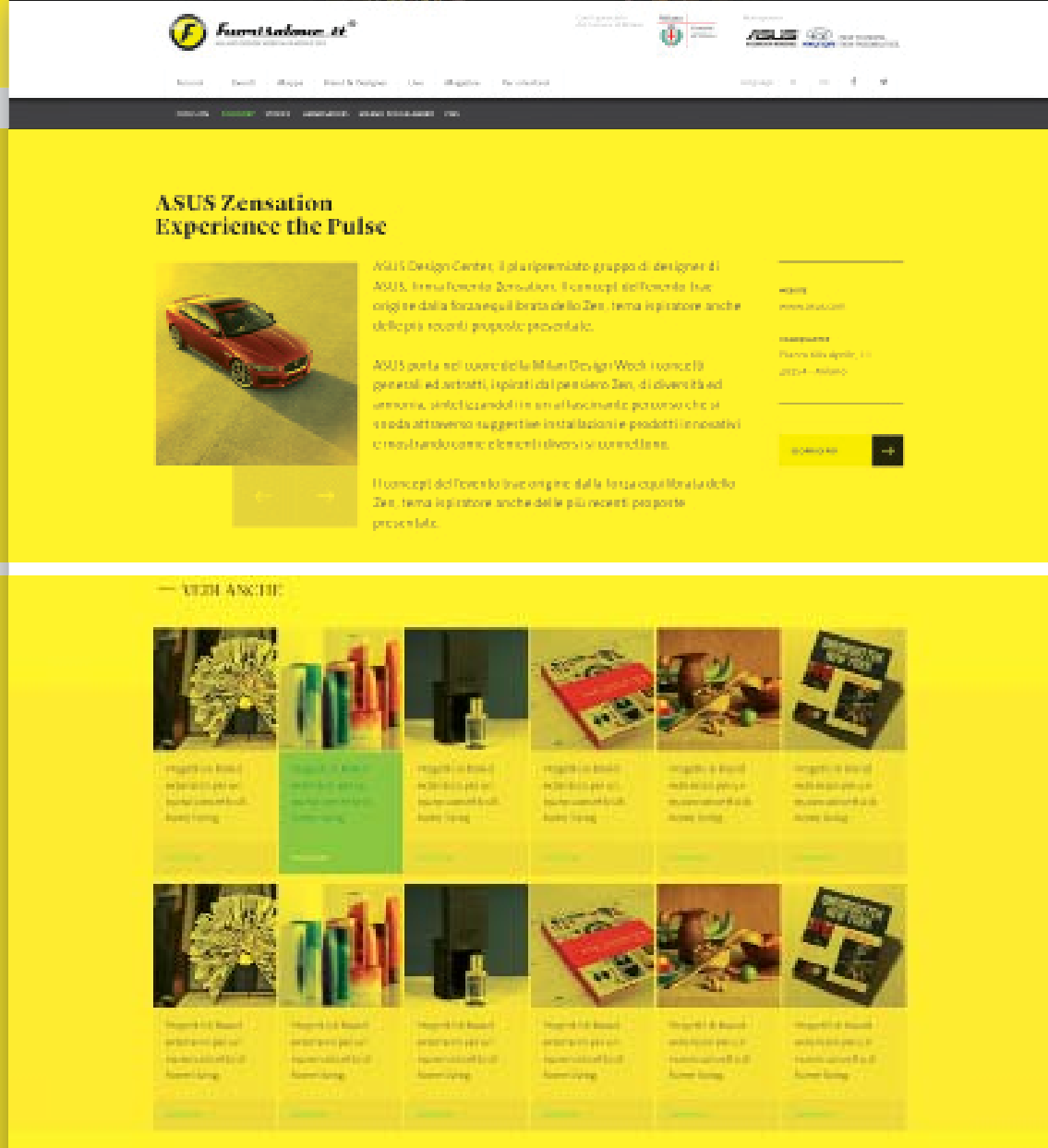
Sotto ogni singolo articolo compariranno i collegamenti ad altri articoli appartenenti alla stessa sezione del Magazine.



## Discover Layout di pagina

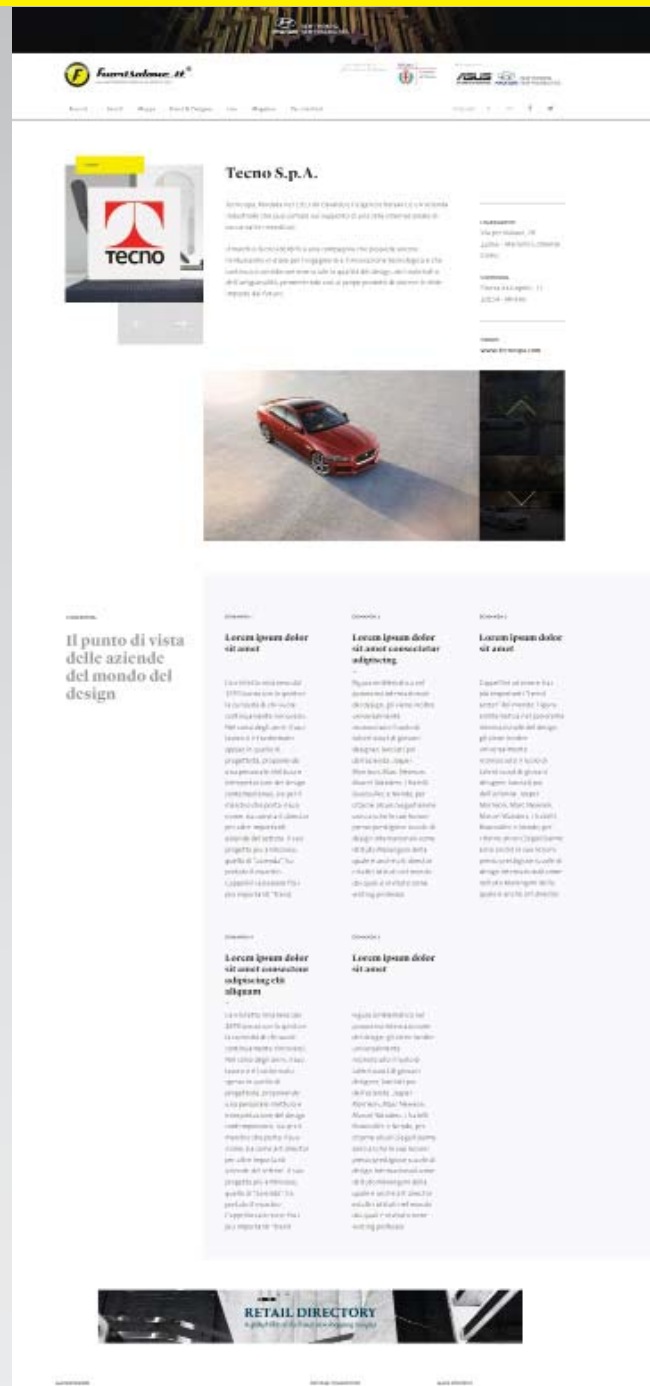
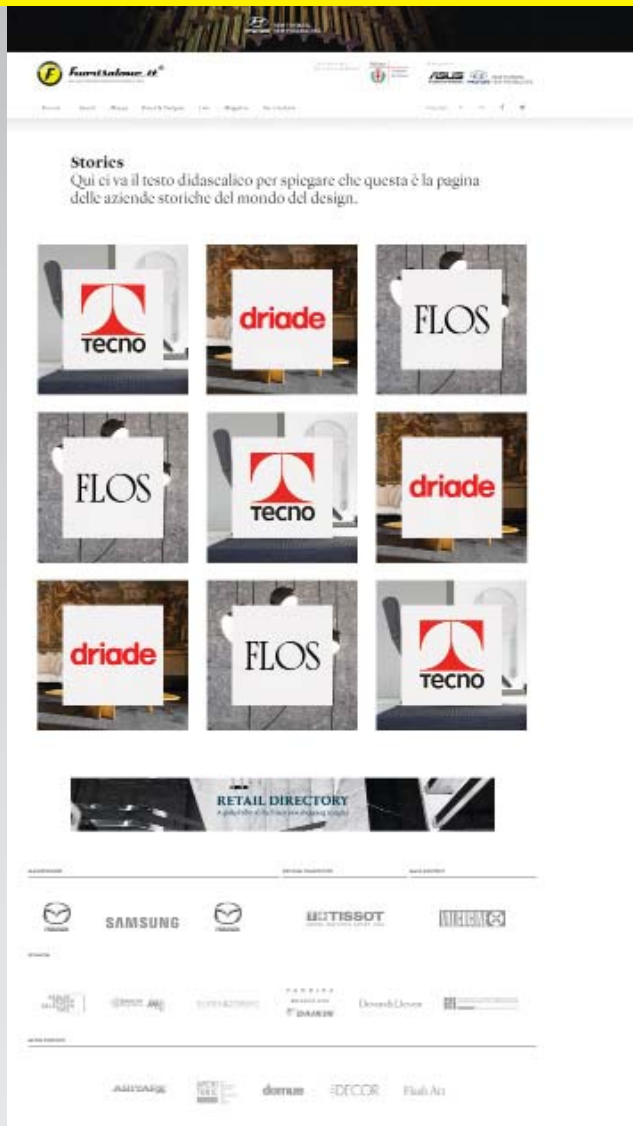
La pagina di ogni articolo prevede due fasce: la prima espone i contenuti composti da immagine, testo e link, la seconda mostra una preview degli altri articoli della stessa sezione.

\* I contenuti dei blocchi proposti in questo layout sono puramente indicativi e funzionali solamente alla presentazione della preview del progetto.



ARTICOLI DISCOVER

GALLERY ARTICOLI



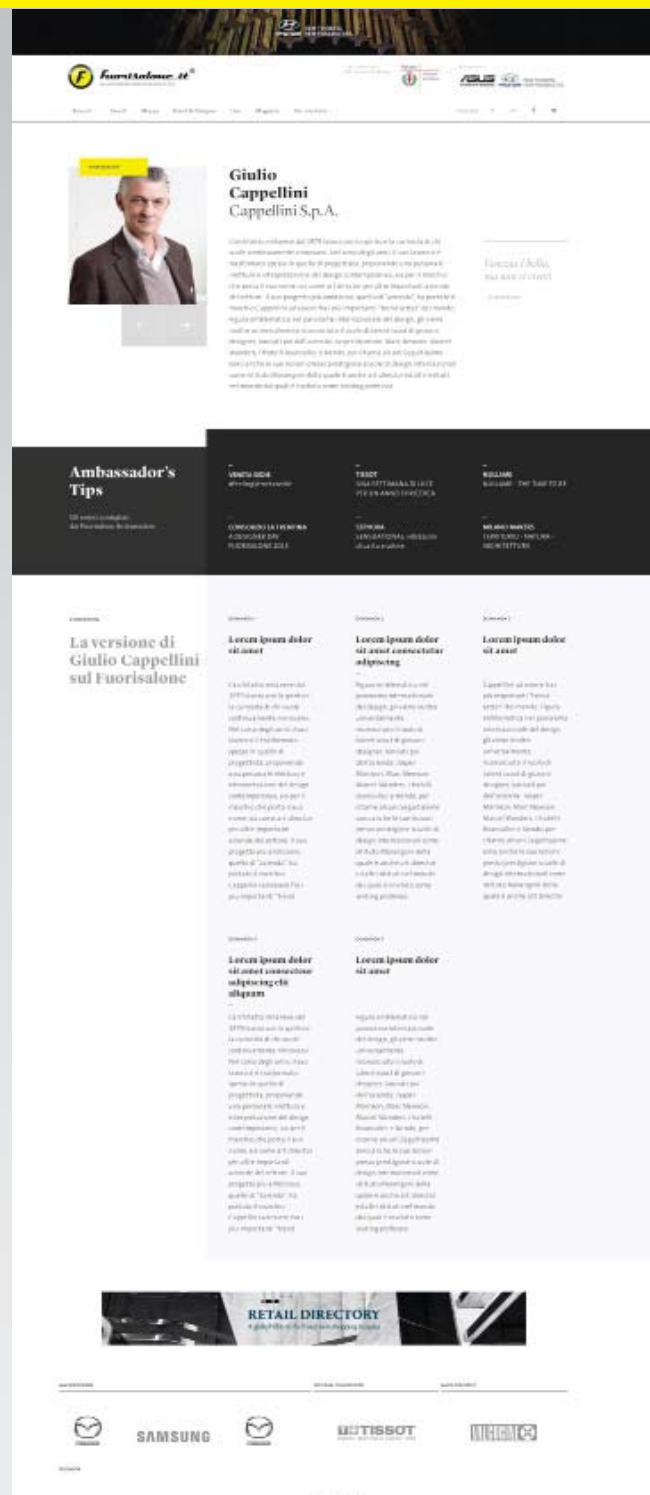
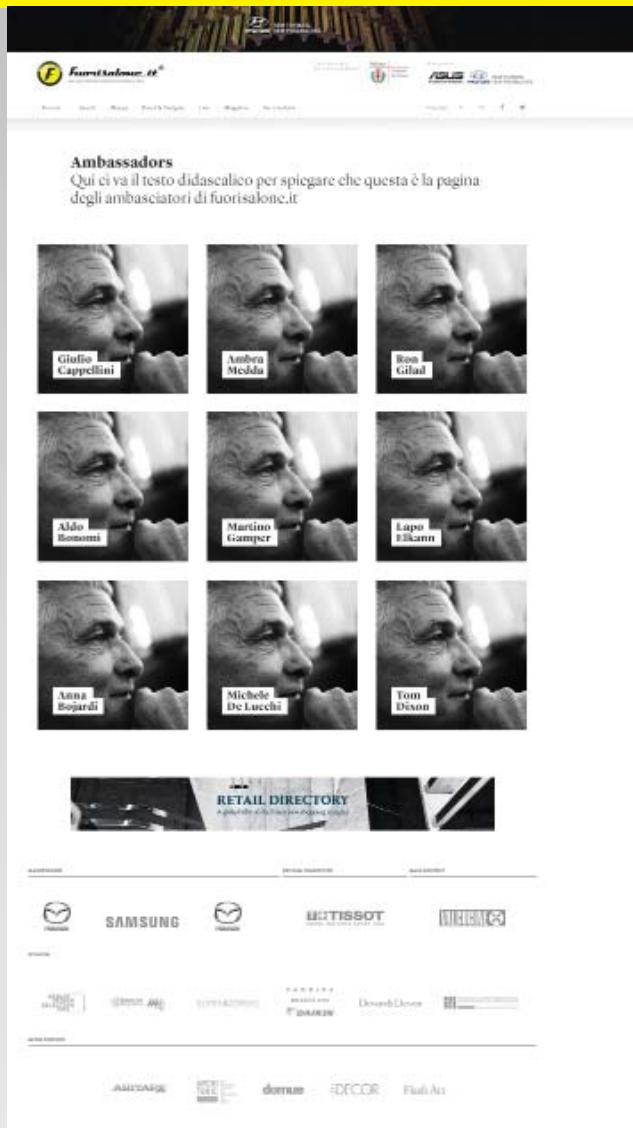
## Fuorisalone Magazine Layout di pagina Stories

Questa sezione prevede il racconto del Fuorisalone visto dai suoi protagonisti: aziende di design che hanno contribuito a creare il “mito” della design week milanese.

Il layout prevede due template di pagina, il primo composto da un elenco di tutti i brand, il secondo composto dalla pagina di dettaglio.

La pagina di dettaglio si compone a sua volta di due fasce: la prima formata dal marchio, company profile, storia breve, link all’evento e gallery fotografica; la seconda con racconto-intervista dell’esperienza diretta del brand nelle precedenti edizioni del Fuorisalone.





## Fuorisalone Magazine Layout di pagina People

Questa sezione prevede la pubblicazione di punti di vista e racconti sul Fuorisalone da parte dei suoi protagonisti. Una selezione di persone che hanno vissuto da autori, addetti ai lavori e osservatori privilegiati le design week milanesi.

Il layout prevede due template di pagina, il primo composto da un elenco di tutti i protagonisti, il secondo composto dalla pagina di dettaglio di ognuno.

La pagina di dettaglio si sviluppa in tre fasce: la prima con profilo della persona e foto, la seconda con l'indicazione degli eventi imperdibili e la terza con una breve intervista.

---

# Format acquistabili

---

Magazine - Focus

Magazine - Discover

Magazine - Stories

Magazine - People

Newsletter

E.reporter

Twindex

Social Report

---



**Hai un evento/brand da promuovere?  
Vuoi avere una maggior visibilità rispetto la  
moltitudine di eventi della Design Week?**

**Ecco gli strumenti acquistabili con maggior visibilità:**

**- Fuorisalone Magazine:**

**Focus**

**Discover**

**People**

**Stories**

**- Ereporter**

**- Newsletter**

# Focus

5.000 euro + iva

---

In termini di visibilità:

- visibilità in Home Page Fuorisalone.it attraverso la visualizzazione di 4 box random degli articoli
- sezione dedicata al Magazine dal menù di navigazione del sito Fuorisalone.it
- anteprima dell'articolo nella sezione Magazine
- nella sezione Agenda Eventi del sito le aziende che hanno deciso di acquistare il Focus avranno l'evento in evidenza all'inizio della pagina con ordine alfabetico
- 3 post sulla pagina ufficiale di Facebook (prima/dopo/durante l'evento Fuorisalone), 1 tweet, 2 immagini instagram

In termini di contenuti :

- cover/copertina di apertura (solitamente un immagine)
- titolo di introduzione
- testo redazionale relativo al brand/progetto/evento, questa sezione sarà creata da voi in collaborazione con un nostro redattore per rendere più accattivanti i contenuti verso il target e i lettori di riferimento.
- logo azienda/brand
- slide show o video
- collegamento alla pagina evento (i contenuti esposti nella pagina evento verranno gestiti e inseriti dall'azienda soltanto senza un lavoro redazionale)
- agenda della settimana (possibilità di creare un'agenda di appuntamenti per giorni [opening, vernissage, workshop, performance etc])
- geolocalizzazione dell'esposizione

\* I contenuti e la creatività potranno essere rivisti e redatti dal nostro team per rendere il messaggio più accattivante e idoneo al pubblico e al target del sito.

# Discover

800 euro + iva

---

## In termini di visibilità:

- visibilità in Home Page (random con gli altri contenuti Discover) su Fuorisalone.it attraverso l'anteprima dell'articolo (immagine + parte txt)
- sezione dedicata al Magazine dal menù di navigazione del sito Fuorisalone.it
- anteprima dell'articolo nella sezione Discover (immagine + parte txt)
- 1 post sulla pagina ufficiale di facebook

## In termini di contenuti la pagina Discover sarà così composta:

- cover/copertina di apertura (immagine)
- titolo
- testo 1.000 battute
- logo azienda/brand
- collegamento alla pagina evento se esistente

\* I contenuti e la creatività potranno essere rivisti e redatti dal nostro team per rendere il messaggio più accattivante e idoneo al pubblico e al target del sito.

## People

1.500 euro + iva

---

### In termini di visibilità:

È prevista la possibilità di far richiesta di pubblicazione di un profilo nella pagina people.

Questa sezione prevede sia l'inserimento del profilo che di una breve intervista finalizzata alla promozione del brand o di prodotti a cui la persona indicata fa riferimento.

È possibile anche dare indicazione di una selezione di eventi che la persona intervista indica come suoi preferiti linkati alla guida eventi di fuorisalone.it

A questo format è possibile associare un piano social media dedicato.

## Stories

3.000 euro + iva

---

### In termini di visibilità:

È prevista la possibilità di far richiesta di pubblicazione di un brand nella pagina stories, proponendo in questo caso sia aziende del settore design che fashion, automotive, beauty che abbiamo realizzato progetti ed eventi al Fuorisalone.

Questa sezione prevede sia l'inserimento del profilo che di una breve intervista finalizzata alla promozione del brand o di prodotti oltre che una gallery fotografica e video.

A questo format è possibile associare un piano social media dedicato.

## Newsletter Dem - Dedicata

1.500 euro + iva

---

### In termini di visibilità:

La newsletter dedicata è sicuramente il mezzo più efficace che raggiunge in un unico invio più persone del settore.

Può essere inviata prima, durante e dopo la Design Week in base al numero di invii richiesti. La DEM verrà redatta dall'azienda in termini di contenuti e immagini.

Il bacino dei destinatari è composto da più di 30.000 utenti (adetti ai lavori, architetti, professori universitari, designers e giornalisti)

### Alcuni esempi:

<http://goo.gl/2zjTdw>

<http://goo.gl/PElwsf>

<http://goo.gl/gMiBxR>

<http://goo.gl/DCiM6>

## Articolo newsletter

500 euro + iva

---

### In termini di visibilità:

Possibilità di acquistare uno o più articoli sulla Newsletter di progetto in condivisione con altre aziende ed eventi.

Questo strumento, molto importante per la community, sottolinea ed enfatizza gli eventi di maggior interesse durante la Design Week. L'invio può avvenire prima e durante la Design Week, in base alle esigenze.

Il bacino dei destinatari è composto da più di 30.000 utenti (adetti ai lavori, architetti, professori universitari, designers e giornalisti).

### Alcuni esempi:

<http://goo.gl/iFbrw9>

<http://goo.gl/ek8Yax>

# E.reporter

5.000 euro + iva

---

## In termini di visibilità:

100 reporter  
20.000 immagini pubblicate online nei 5 giorni del Fuorisalone  
1 contest con brief assegnato dal cliente

La pagina con le immagini degli E.reporter è la pagina più vista del sito. Il progetto E.reporter, in partnership con la Facoltà del Design (Politecnico di Milano), prevede la presenza di 100 studenti sul territorio durante la Design Week per dare una lettura critica sugli eventi e le forme di trasformazione della città.

L'obiettivo è realizzare un contenitore online capace di raccontare e rappresentare attraverso le immagini l'atmosfera e lo spirito del fuorisalone. La possibilità che si dà alle aziende è di poter sponsorizzare e collaborare in diverse modalità con questa sezione: dalla sponsorizzazione tecnica alla promozione di progetti o percorsi come alla realizzazione di campagne virali sul territorio.

La definizione di premi per gli E.reporter permette di sviluppare un tema di ricerca da affidare ai ragazzi, producendo così del materiale utilizzabile dall'azienda anche in altri contesti oltre che essere un contenuto interessante in termini di presenza e azioni dell'azienda stessa al Fuorisalone.

# Live Report: Foto

TELECOM  
ITALIA  
MARELLI  
ENTRANCE  
SVEVIA  
ZUKA  
ASUS  
HOLZ  
GORE-TEX  
MISIA  
+++  
L'ESPRESSO

Reportage in diretta dalla design week / 22056 foto inserite

## Cerca tra le Foto Inserite

- TELECOM ITALIA  
Seleziona la Foto
- MARELLI  
Seleziona la Foto
- SVEVIA  
Seleziona la Foto
- ZUKA  
Seleziona la Foto
- ASUS  
Seleziona la Foto
- HOLZ  
Seleziona la Foto
- GORE-TEX  
Seleziona la Foto

FILTRA FOTO

LE FOTO PIU' ALLUNGATE IN

ASUS  
FORNITORE UFFICIALE

GORE-TEX  
OFFICIAL PARTNER

GORE-TEX



---

# Social Report

---



# Twindex fuorisalone - social report

## Social report base - Social report plus

---

TWINDEX Fuorisalone è un progetto basato sulla tecnica di rilevamento sui social. Il progetto nasce in collaborazione tra fuorisalone.it e il Dipartimento di Elettronica e Ingegneria del Politecnico di Milano.

Attraverso l'analisi dei dati in rete sui Social (FB, TW e Instagram) TWINDEX Fuorisalone identifica, in tempo reale, durante la settimana del design di Milano, le aree più visitate della città e gli eventi più interessanti per i visitatori etc attraverso delle parole chiave e hashtag.

Per visitare il sito dedicato: <http://twindex.fuorisalone.it/>

Qui il report 2015: <http://fuorisalone.it/2015/twindex/>

**Da questo anno attraverso il sistema usato con TWINDEX Fuorisalone le aziende potranno acquistare:**

### **Social report base**

Il Social report base comprende un'analisi numerica giornaliera, sulla base hashtag forniti dall'azienda e degli andamenti sui social principali (facebook, twitter, instagram)

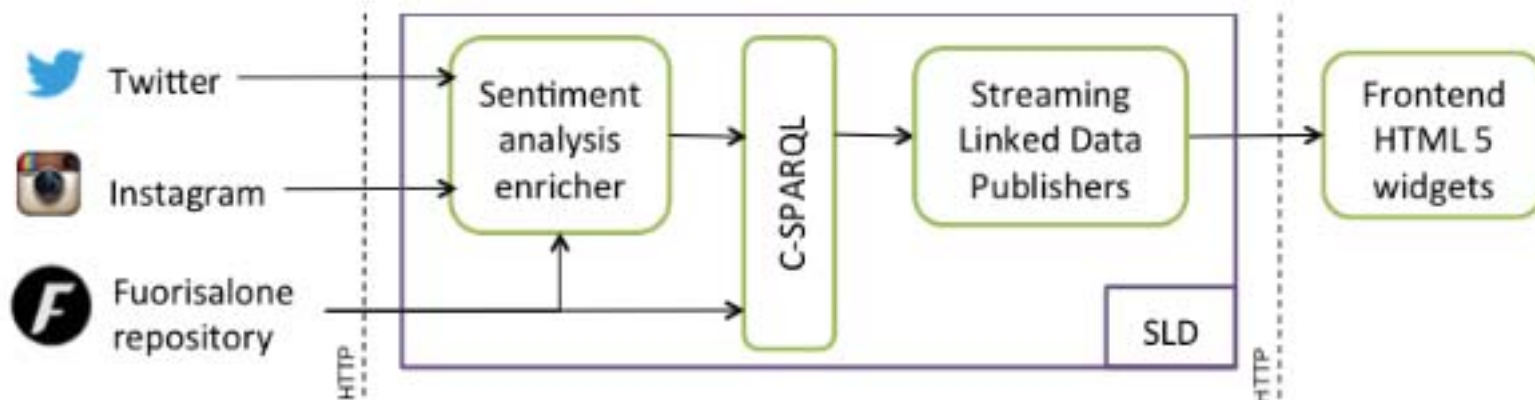
Giornalmente verrà inviato alle aziende acquirenti un link via email dove visualizzare il report ed eventualmente scaricarlo in versione PDF.

### **Social report plus**

Il Social report plus rispetto social report base introduce il valore di sentiment, quindi oltre ai valori numerici di base saranno presenti anche valori qualitativi. Con questo sistema l'azienda può studiare i trend, quante persone hanno dato un feedback positivo o negativo sull'argomento e quindi quali sono gli andamenti di gradimento sui social.

Gli obiettivi in questo caso vanno stabiliti insieme all'azienda.

Il tempo di sviluppo è pari a 3 settimane.



# Social report base

700 euro + iva

---

Il Social report nasce dall'esperienza di TWINDEX Fuorisalone, progetto basato sulla tecnica di rilevamento sui social. TWINDEX Fuorisalone, attraverso l'analisi dei dati in rete sui social, identifica, in tempo reale, durante la Design Week, le aree più visitate della città e gli eventi più interessanti per i visitatori etc attraverso delle parole chiave e hashtag.

Il Social Report comprende un'analisi numerica giornaliera, sulla base di hashtag forniti dall'azienda e degli andamenti sui social principali (facebook, twitter, instagram). Giornalmente verrà inviato alle aziende un link dove visualizzare il report ed eventualmente scaricarlo in versione PDF.

## Tale report comprende:

- numero dei dati analizzati (hashtag) ordinati per canali social (FB, TW, INST)
- andamento grafico di utilizzo hashtag giornaliero con i picchi suddivisi per orario
- selezione dei 4 post con engagement più alto (+ like)
- ordinamento degli hashtag per utilizzo (citazioni)
- numero di parole "non hashtag" coinvolte
- i 2 post con maggiori condivisioni sui social
- utenti che hanno una relazione con gli hashtag in ordine di notorietà dell'individuo
- numero di condivisioni per retweet, like, replay

# Social report plus

2.800 euro + iva

---

Il Social report plus rispetto social report base introduce il valore di sentiment, quindi oltre ai valori numerici di base saranno presenti anche valori qualitativi.

Con questo sistema l'azienda può studiare i trend, quante persone hanno dato un feedback positivo o negativo sull'argomento e quindi quali sono gli andamenti di gradimento sui social.

Gli obiettivi in questo caso vanno stabiliti insieme all'azienda.  
Il tempo di sviluppo è pari a 3 settimane.

---

# Piano social media

FACEBOOK  
TWITTER  
INSTAGRAM

---

# Facebook 14.8k/Gennaio 2016

Il palinesto del canale facebook propone una programmazione di articoli organizzata in contenuti:

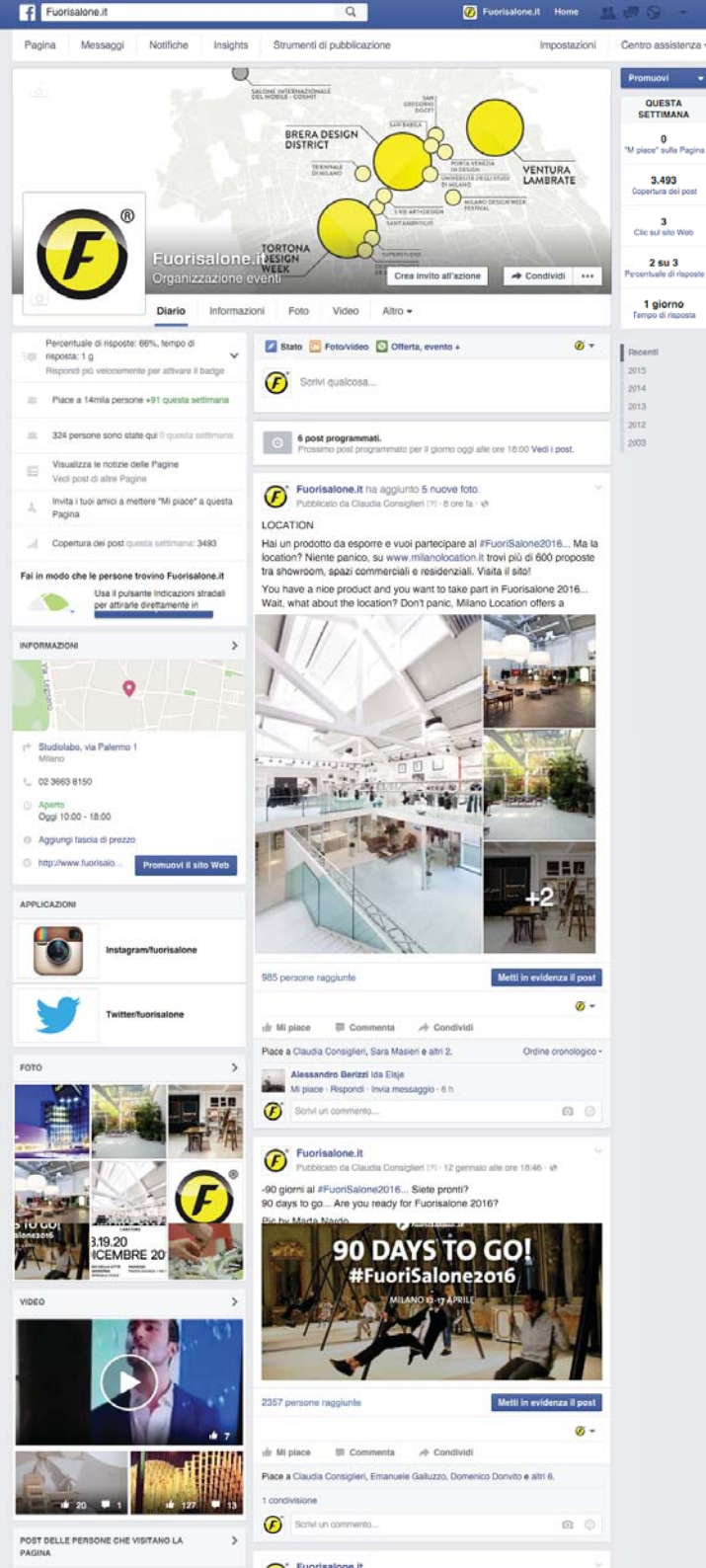
- redazionali del magazine
- inserzionisti del magazine
- dedicati al mainsponsor
- dedicati sponsor e inserzionisti
- condivisi da partner

## Format acquistabili

È possibile studiare una campagna social dedicata al canale con programmazione di contenuti e interazione con i nostri utenti. Contattaci per conoscere le modalità.

Visita la nostra pagina:  
clicca qui

- > POST DEDICATI
- > GALLERY FOTOGRAFICA
- > CONTEST PUBBLICO UTENTI





# Twitter 14.5k/Gennaio 2016

Il palinesto del canale twitter propone una programmazione di articoli organizzata in contenuti:

- redazionali del magazine
- inserzionisti del magazine
- dedicati al mainsponsor
- dedicati sponsor e inserzionisti
- condivisi da partner

## Format acquistabili

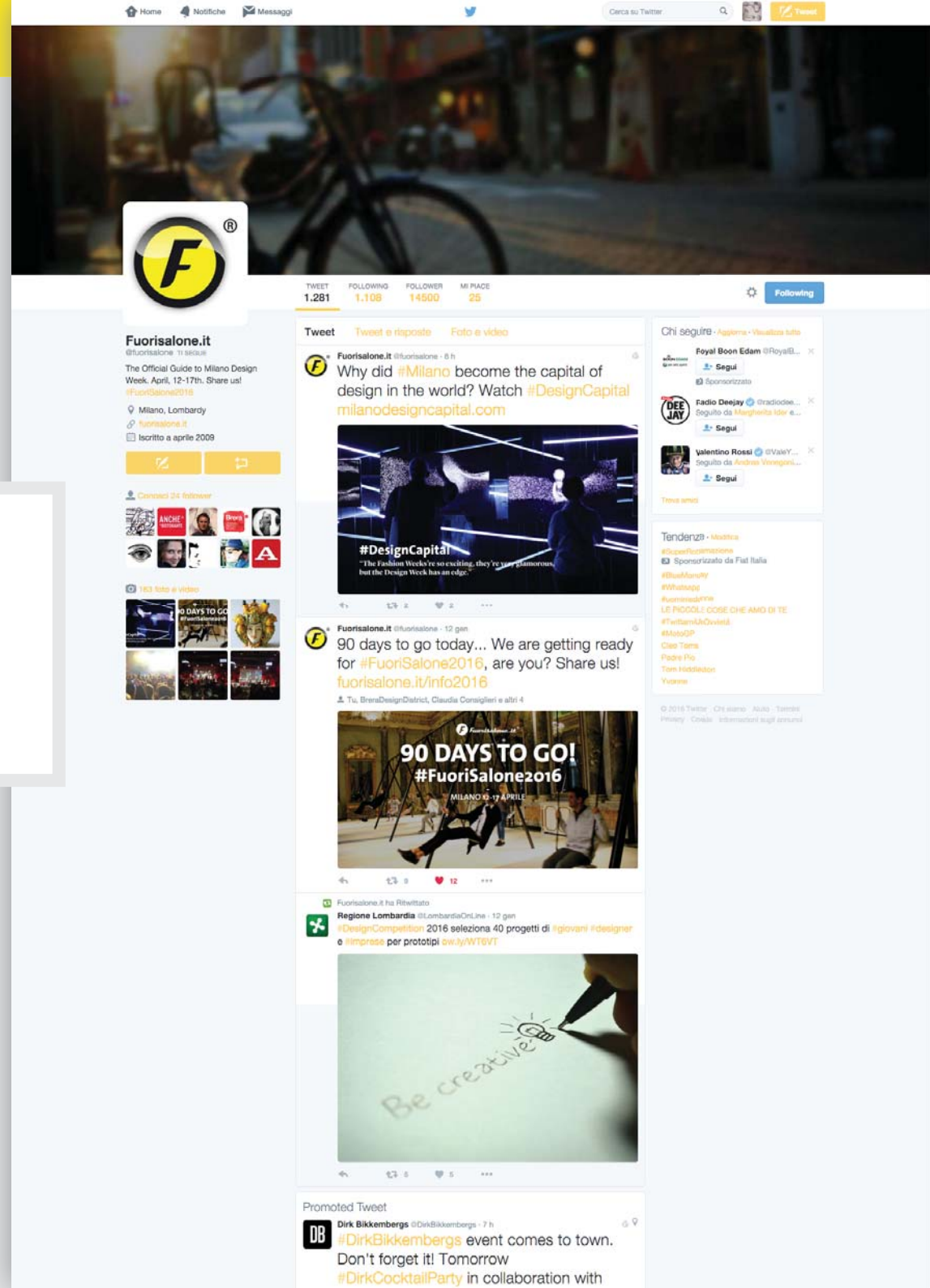
È possibile studiare una campagna social dedicata al canale con programmazione di contenuti. Contattaci per conoscerne le modalità

Visita la nostra pagina:  
clicca qui

> TWEET DEDICATI

> LIVE EVENTI

> LANCIAMENTO EVENTI



# Instagram 1k/Gennaio 2016

Il palinesto del canale instagram propone una programmazione di articoli organizzata in contenuti:

- redazionali del magazine
- inserzionisti del magazine
- dedicati al mainsponsor
- dedicati sponsor e inserzionisti
- repost da partner

## Format acquistabili

È possibile studiare una campagna social dedicata al canale con programmazione di contenuti. Contattaci per conoscerne le modalità

Visita la nostra pagina:  
[clicca qui](#)

- > POST DEDICATI
- > LIVE EVENTI
- > LANCIO PRODOTTI
- > REPOST PARTNER



fuorisalone [SEGUI](#)

Fuorisalone.it The Official Guide to Milano Design Week. April, 12-17th. Share us! #FuoriSalone2016 fuorisalone.it

3 post 972 seguaci 39 persone seguite







via Palermo 1  
20121 Milano

T. 02.366381-50/51

[www.studiolabo.it](http://www.studiolabo.it)  
[www.fuorisalone.it](http://www.fuorisalone.it)  
[www.fuorisalone.info](http://www.fuorisalone.info)

---

#### **PER INFORMAZIONI E CONTATTI**

Giulia Gasperini  
Francesca Gerosa  
Silvia Damato

Paolo Ferrarini

info mail: [magazine@fuorisalone.it](mailto:magazine@fuorisalone.it)  
telefono: 02.366381-50/51