

## Qual' è il piu' potente mezzo per comunicare? - IL PASSAPAROLA!



Avete notato che un pettegolezzo si sparge in un nano secondo? - Perché? Semplicemente perché il passaparola si diffonde velocemente basandosi sulla veridicità della notizia data dalla credibilità del vostro interlocutore che è una persona di vostra conoscenza di conseguenza solitamente fidata. Ma come utilizzare questo mezzo di comunicazione di massa così potente nel vostro business? Il modo migliore per utilizzare il passaparola è utilizzare i social, in particolare la forza persuasiva degli

**influencers** che attraverso la fiducia della propria community, possono diffondere in maniera capillare un prodotto e/o un marchio.

### 5 motivi per cui utilizzare un influencer per promuovere il tuo business:

- ❖ *Le persone si fidano delle persone. L'influencer è un utente qualsiasi e viene percepito dai potenziali clienti come affidabile e autorevole.*
- ❖ *L'influencer ha il vantaggio di avere un rapporto più diretto con i suoi seguaci, permettendo così al brand di creare lo stesso tipo di legame tra il prodotto e il potenziale cliente.*
- ❖ *L'azienda avrà un'immagine autentica, la sua comunicazione non sarà incentrata solo sul prodotto ma anche su valori e messaggi da diffondere tramite l'influencer.*
- ❖ *I contenuti vengono creati direttamente dagli influencer e generano conversazioni attorno al brand. L'azienda ha quindi la possibilità di ottenere materiale e contenuti di qualità che non vengono percepiti dagli utenti come finzione e pubblicità.*
- ❖ *L'influencer marketing è meno dispendioso, inoltre, ci permette di raggiungere una porzione di pubblico già profilata e interessata al prodotto, a differenza ad esempio di uno spot televisivo che colpisce chiunque indistintamente.*



## **Se non ti racconti non esisti: come sta cambiando il modo di raccontare il cibo e come sta cambiando lo storytelling delle aziende food ed il food content marketing.**

Il cibo è il nutrimento del corpo ma non solo: non è un prodotto come tutti gli altri perché trasmette dei valori, legati alla tradizione ed alle emozioni, il cibo crea connessione. La forza di un prodotto e di un brand non è solo legata alla qualità di ciò che si offre sul mercato ma è legato anche al messaggio che si comunica attraverso il proprio prodotto.

Il futuro del food è sicuramente la comunicazione digitale ma tale forma di comunicazione risulta più efficace se agganciata alle tradizioni ed alla storia personale per cui è necessaria la "giusta ricetta" per amalgamare uniformemente tradizione ed innovazione. Il modo più efficace ed attuale per comunicare oggi è attraverso i social, in particolare attraverso i food influencers.

Nella sua definizione più semplice un food influencer è: “qualsiasi creatore di contenuti (content creator) online con un seguito sociale ampio e/o fedele specializzato in contenuti a base di cibo”.

**Il food Influencers è in grado di raggiungere un pubblico globale o comunicare a nicchie e comunità locali: questo genere di influencer può rappresentare una risorsa per creare partnership incredibilmente scalabili al fine di comunicare ad un pubblico specifico messaggi di brand o punti di forza di un determinato prodotto.**

L'influencer marketing nel settore del food è tanto più efficace quanto il Brand e l'influencer riescono a dare forma ad uno storytelling organico, naturale e non forzato, per questo l'associazione Italiana food Influencers AIFI si occupa di coordinare un gruppo selezionato di propri soci food influencers attraverso la definizione delle linee guida relative alla comunicazione, in modo tale che i contenuti saranno conformi al messaggio relativo all'identità aziendale ed ai prodotti che la stessa intende sponsorizzare.

Via Giulio Cesare 7  
80125 - Napoli  
Email : [aifi@aifi.online](mailto:aifi@aifi.online)  
CF : 95324560630  
[www.aifi.online](http://www.aifi.online)

Tutto ciò lasciando piena libertà espressiva personale ad ogni food influencers che farà dei contenuti in linea con il proprio stile e la propria creatività; il risultato finale sarà che sia il brand che i prodotti saranno comunicati in maniera calibrata ed efficace.

**Ogni contest organizzato da AIFI viene strutturato con 25/30 selezionati soci food influencers; i gruppi raggiungono più di 400.000 mila followers, i vari gruppi di food influencers vengono selezionati con target e stili diversi in modo tale da raggiungere un pubblico più ampio e differenziato possibile e conseguentemente raggiungere un engagement molto alto.**

## **Le campagne di comunicazione di AIFI per le aziende**



La campagna di comunicazione proposta dall'Associazione Italiana Food Influencers comprende:

- un articolo di presentazione e descrizione dell'azienda e uno o più articoli di approfondimento e presentazione dei prodotti oggetto della sponsorizzazione.
- un contest organizzato con 25/30 selezionati soci food influencers; il gruppo raggiunge più di 400.000 mila followers ad oggi, i food influencers sono stati da

noi selezionati con target e stili diversi in modo tale da raggiungere un pubblico più ampio e differenziato possibile e conseguentemente un engagement molto alto.

*AIFI si curerà definire le linee guida relative alla comunicazione, in modo tale che contenuti saranno conformi al messaggio relativo all'identità aziendale ed ai prodotti che la stessa intende sponsorizzare, in modo tale che sia il brand che i prodotti siano comunicati in maniera omogenea, calibrata ed efficace. Tali linee guida saranno utilizzate sia nella redazione degli articoli, sia da ogni food influencer, anche se ognuno creerà contenuti in linea con il proprio stile e la propria creatività.*

### **Funzionamento del contest:**

Consigliamo alle aziende di effettuare un'unica spedizione con due o più prodotti che caratterizzano il brand o a cui vogliono dare più visibilità.

Ogni food influencer effettuerà (in date e/o periodi prestabiliti) 1 storia con la presentazione dei prodotti e 1 storia + post o un reel con una ricetta per ogni prodotto ricevuto. L'AIFI si occuperà di organizzare e coordinare tutta l'attività del gruppo di food influencers in particolare:

- **AIFI invierà via mail di una lista con l'indicazione di ogni food influencer contenente: nome, indirizzo, telefono, profilo IG, numero Followers.**
- **l'azienda dovrà semplicemente inviare i prodotti agli indirizzi indicati**
- **AIFI monitorerà e accerterà che la merce venga ricevuta regolarmente da ogni food influencer.**
- **AIFI fornirà a tutti gli influencers le linee guida relative alla comunicazione del brand e dei prodotti**
- **AIFI monitorerà e accerterà che ogni food influencer "posti" i contenuti nella data e/o periodo stabilito (1 storia "spacchettamento" e 1 storia + post o un reel con una ricetta per ogni prodotto ricevuto)**
- **i contenuti pubblicati saranno pubblicati anche da AIFI sul sito e sui social**

*Durante il contest AIFI pubblicherà un articolo di presentazione e descrizione dell'azienda e uno o più articoli di presentazione e dei prodotti oggetto del contest*