

LIVE REPORTING?

EVENTO / CONCERTO / IN-STORE /
INIZIATIVA SPECIALE / & MORE

Sono tutte iniziative raccontabili sui canali social in real time.

01

**PUBBLICAZIONE CONTENUTI IN
REAL TIME.**

GLI OBIETTIVI.

**CONTENT CREATION PER
COMUNICAZIONI FUTURE.**

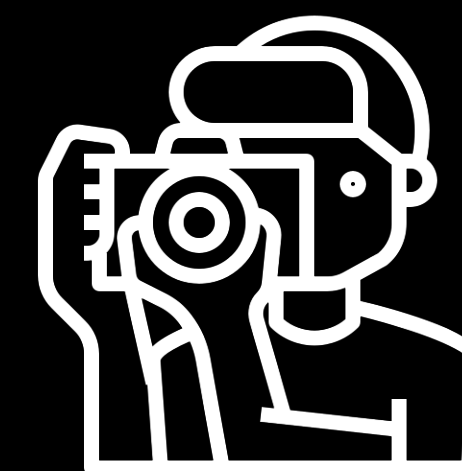
02

* IL MINIMO INDISPENSABILE

IL TEAM.



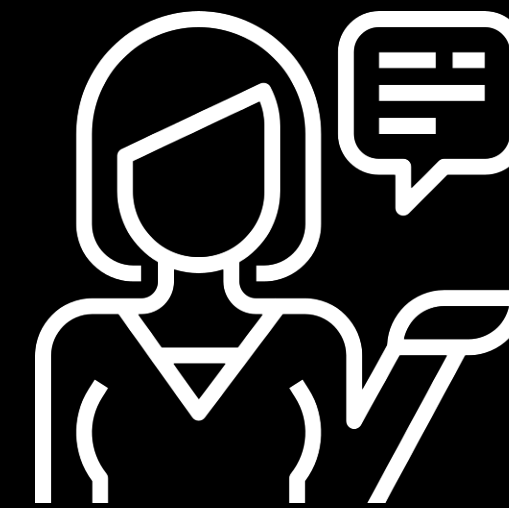
CONTENT
MARKETING
MANAGER



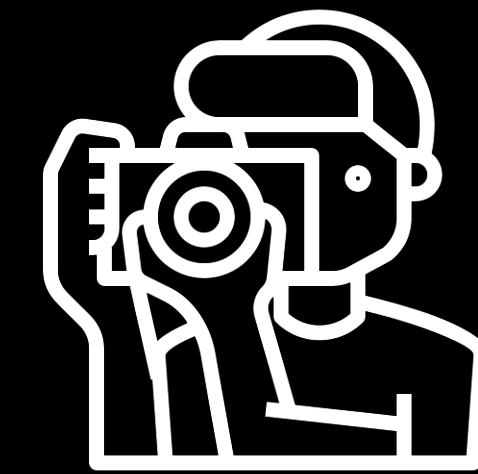
PHOTOGRAPHER

02

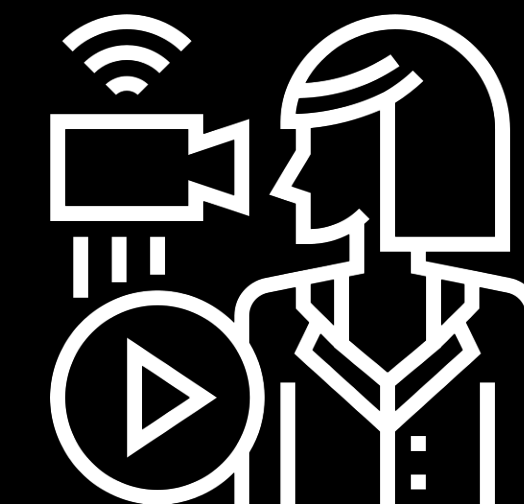
* UN BUON TEAM



CONTENT
MARKETING
MANAGER



PHOTOGRAPHER

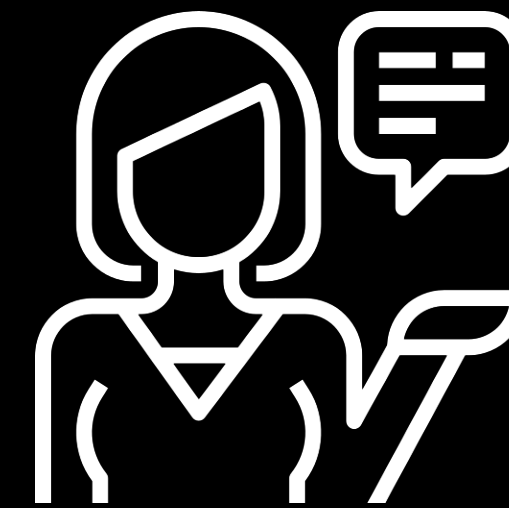


VIDEOMAKER

IL TEAM.

02

* BEST CASE SCENARIO



CONTENT
MARKETING
MANAGER



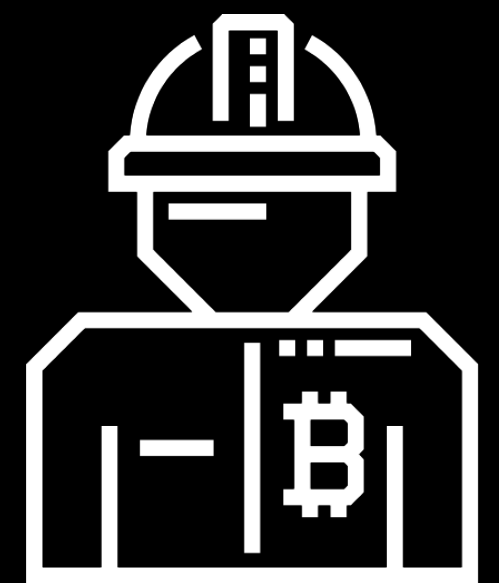
PHOTOGRAPHER



VIDEOMAKER



GRAPHIC
DESIGNER



PROJECT
MANAGER

IL TEAM.

02 bis

LIVE REPORTING DA REMOTO

SPECIAL CASES.

**CREATORS
IN LOCO**

content production
a carico di YD

**CLIENTE
IN LOCO**

content production
a carico del cliente

02 bis

SPECIAL CASES.

INFLUENCER TAKEOVER

03

CON IL TEAM

COME PREPARARSI.

#1. Meeting di allineamento: chi fa cosa

#2. Preparazione materiale comunicativo a supporto del live

#3. Preparazione logistica (trasporti, alloggi, materiale)

03

COME PREPARARSI.

CON IL CLIENTE

#1. Mappatura esigenze comunicative: su cosa ci concentriamo?

#2. Definizione contenuti da pubblicare (numero, tipologia, canali) per evitare brutte sorprese :D

#3. Eventuali richieste logistiche (se l'evento è a carico del cliente)

03

CON LA LOCATION *

COME PREPARARSI.

Chiedere sempre di avere una postazione dedicata (se possibile in un'area separata) con almeno un tavolo e presa elettrica vicina e, se possibile, connessione wi-fi.

Non sempre l'hotspot del vostro telefono funzionerà e non sempre avrete una postazione dedicata ;-)

03

COME PREPARARSI.

COSE DA NON SOTTOVALUTARE

#1. Always have a backup plan - le cose potrebbero non funzionare.

#2. Caricabatterie (del computer, del telefono, della chiavetta internet)

#3. Ciabatta elettrica e prolunga (avrete tante cose da caricare)

#4. Schede SD in più (e lettore se il vostro laptop non ce l'ha)

#5. Liberatorie - we don't want no problems

04

QUANDO PUBBLICARE?

DURANTE IL LIVE.

   20-25min **PRODUZIONE + IG STORIES**

 10-15min **EDITING + PUBBLICAZIONE FEED POST**

   15-20min **PRODUZIONE + IG STORIES**

 10-15min **EDITING + PUBBLICAZIONE FEED POST**

04

COSA PUBBLICARE?

DURANTE IL LIVE.



Mostrare chi e cosa



Contenuto eye-catching
per mantenere gli
spettatori interessati



Aumentare la curiosità e
ricordare perché siamo
qui



Informazioni secondarie
e elementi aggiuntivi di
entertainment

04

GIVE ENTERTAINMENT



Da utilizzare in fase di teasing per avvisare la community del live imminente

DURANTE IL LIVE.



Sfruttiamo la geolocalizzazione dei social a nostro vantaggio



Per mantenere anche gli utenti da casa ingaggiati

04

ADVERTISING

DURANTE IL LIVE.

Se possibile prevedere del media budget (anche limitato) a supporto delle attività di live reporting per massimizzare la reach dei contenuti e aumentare l'awareness dell'iniziativa presso il nostro target.