

## Facebook Studio.

### Quando un brand fa scuola.

Cristina Fona\*, Network Brandforum.it

“Learn from top Facebook marketers, then become one”. Una frase nata da poco e che già fa parlare di sé: è [Facebook Studio](#), la nuova creatura del più famoso social network del momento.

Si tratta di una piattaforma pensata per imprese e professionisti del marketing che permette di condividere on line il proprio lavoro e di veder premiata la propria creatività.

Una comunità di esperti dove è possibile scambiarsi opinioni e trovare ispirazione per nuove campagne promozionali, ma anche capire come sfruttare al meglio i social media per attrarre nuovi clienti. Un solo comun denominatore: Facebook, protagonista indiscusso della piattaforma.

Volete sapere come innovare la vostra marca e promuoverla su Facebook? Oppure cercate degli esempi efficaci di marketing su Facebook? **Facebook Studio** vi propone quattro diverse modalità d'interazione: la **Gallery**, lo **Spotlight**, gli **Awards** e un **Learning Lab**.

The screenshot shows the 'Gallery' section of Facebook Studio. At the top, there are navigation options: 'SORT BY: MOST RECENT | MOST LIKED | MOST SHARED' and 'NARROW BY: REGION\* | LANGUAGE\*'. The page is labeled 'PAGE 1 OF 20'. Below the navigation, there are six project cards arranged in a 3x2 grid. Each card features a thumbnail image, a title, the agency name, the client name, and a 'Like' button with a count, and a 'Share' button.

Project Title	Agency	Client	Likes
Ask an Angel	DTDigital	Myer	8
It's Good to Give	DraftFCB	Dei Monte	75
"see blue." Places	Cornett Integrated Marketing Solutions	University of Kentucky	24
Pimp Your Sole	Jack in the Box Worldwide	Puma India	214
Gap's 1969 Premium Jeans	AKQA	Gap	7
HBO AR Puppets	BDO IY	HBO	28

La **Gallery** è uno spazio concepito per ospitare i vari progetti promozionali proposti dalle singole agenzie alla community: questo permette di veder riconosciuto il proprio lavoro da parte degli altri membri ma anche di passare in un secondo tempo agli **Spotlight**, un catalogo dei prescelti che han ricevuto più preferenze ovvero secondo il gergo “facebookiano” più “mi piace”.

Un esempio è la recente operazione dell'agenzia Hasan & Partners per **KIASMA** il museo d'arte contemporanea di Helsinki che si è rivolto a un'agenzia per promuovere la propria immagine.

La campagna si è basata sull'interazione con il pubblico, chiamato a dover rispondere alla domanda “Cos'è per voi l'arte contemporanea?” e a produrre delle opere d'arte che dessero una risposta al quesito. È nata così la campagna “Make a better one yourself, then”.

E qui entra in gioco Facebook: alla pagina dedicata era possibile votare l'opera d'arte contemporanea amatoriale preferita.

\* **Cristina Fona**. Laureata in *Lingue e tecniche per i mezzi d'informazione* alla Cattolica di Brescia, frequenta l'ultimo anno di laurea specialistica presso l'Università Cattolica di Milano. Appassionata di comunicazione, media e giornalismo, dopo 6 mesi d'erasmus a Parigi segue negli ultimi mesi un progetto di stage con l'università Sorbonne-Paris IV CELSA presso l'agenzia di comunicazione Fleishman Hillard. Per contatti: [cristina.fona@alice.it](mailto:cristina.fona@alice.it)

Il vincitore avrebbe visto poi la propria opera entrare a far parte della collezione del museo. Una campagna di successo portata avanti sul fronte tradizionale e su quello digitale con giudizio, tale da essere inclusa nella sezione Spotlight.

Il terzo livello della piattaforma - il più ambito - è **Awards**, ovvero uno spazio dedicato alla recensione delle migliori campagne, scelte a partire dal catalogo precedente.



Infine il **Learning Lab** si propone come centro formativo, ricco di documenti e materiale interattivo utile al fine di mostrare come promuovere un brand sulla rete, o meglio in Facebook. Uno degli ultimi video postati riguarda, per esempio, l'importanza del passaparola, strumento fondatore del marketing attivo sui social network.

In sintesi, ecco svelato cosa propone "Studio", una piattaforma che sta muovendo ancora i primi passi ma che potrebbe diventare a lungo andare una vera e propria miniera d'oro per i professionisti del marketing e i brand addicted.

Ma qual è l'interesse di Mark Zuckerberg in tutto questo? Come è stato recentemente riscontrato, **Facebook** è diventato un vero e proprio motore del marketing in rete: si parla di una rivoluzione nel mondo della comunicazione di marca. Il nuovo potenziale è stato da subito colto e sfruttato dal creatore del social network ed è da questa riflessione che nasce **Facebook Studio** che si profila a tutti gli effetti come un caso di metamarketing: un sito che ci parla del brand marketing, ne fa oggetto di culto e ci spiega come comunicare la nostra azienda utilizzando i nuovi mezzi di comunicazione, facendo, nel contempo, una promozione del proprio marchio.

Un'operazione di marketing non da poco: sembra che Mark abbia ancora una volta centrato nel segno e di questo dobbiamo dargli merito.

La piattaforma dovrebbe arricchirsi in poco tempo di esempi per innovare la comunicazione sui social media e potrebbe diventare una fonte di ispirazione per molti piccoli e grandi brand.

E quale interesse possono avere i professionisti a utilizzare lo Studio? Si lasceranno guidare dal "Lab" americano per innovare la loro strategia di comunicazione?

Impossibile prevedere cosa succederà nei prossimi mesi. Intanto ci godiamo il [video](#) della nuova campagna di Pereira & O'Dell per la marca di birra Corona ...