



I GIOVEDÌ DI ICOM ITALIA



# INFLUENCER MARKETING

## IL CASO DI PALAZZO STROZZI

14 APRILE 2022

**Il caso di Palazzo Strozzi**

Riccardo **Lami**  
Matthias **Favarato**



*Coordinamento comunicazione e relazioni esterne  
Comunicazione digitale e social media  
Fondazione Palazzo Strozzi*

# La comunicazione di Palazzo Strozzi

## LA COMUNICAZIONE MULTICANALE TRA OFFLINE E ONLINE

- In occasione di ogni mostra Fondazione Palazzo Strozzi crea piani di promozione e **comunicazione integrata off e online** che vedono l'investimento in campagne **ADV** e **marketing**, la collaborazione di **sponsor tecnici** a livello nazionale, una ampia **attività press** locale, nazionale e internazionale.
- Fondamentale una duplice impostazione: **rispettare la qualità** del progetto e cercare **la più ampia possibilità di comunicazione**.



# La comunicazione di Palazzo Strozzi

## L'ECOSISTEMA DIGITALE

- Comunicazione digitale **integrata e coordinata** tra i vari canali online
- Ogni piattaforma contribuisce a veicolare i **contenuti**, i **messaggi** e le **attività** delle mostre
- I temi e i contenuti delle singole mostre vengono declinati in scelte editoriali rinnovate di volta in volta,
- Viene usato un **linguaggio accessibile ed evocativo**, capace di suscitare **curiosità**



Fonte: Fondazione Fitzcarraldo, *Il museo e la rete: nuovi modi di comunicare*, 2014.  
Rielaborazione Fondazione Palazzo Strozzi

# American Art 1961-2001



## ESIGENZE E OBIETTIVI

- Mostra collettiva su quarant'anni di arte americana
- Numerosi temi presenti all'interno della mostra: consumismo, razzismo, omosessualità, complessità
- Prima mostra dopo il secondo periodo di lockdown (2021): difficile coinvolgere i visitatori in presenza
- Come coinvolgere maggiormente i pubblici digitali?
- Come rendere la mostra più viva nonostante il primo periodo di timore negli spostamenti?
- Come arrivare a pubblici diversi senza l'autoreferenzialità dell'arte?



# American Art 1961-2001

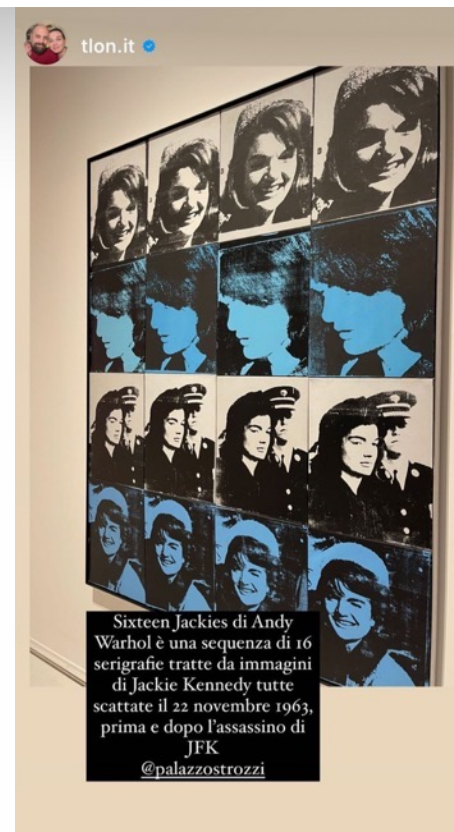


## ESIGENZE E OBIETTIVI

- Mostra collettiva su quarant'anni di arte americana
- Numerosi temi presenti all'interno della mostra: consumismo, razzismo, omosessualità, complessità
- Prima mostra dopo il secondo periodo di lockdown (2021): difficile coinvolgere i visitatori in presenza
- Come coinvolgere maggiormente i pubblici digitali? **Azione digital first sulla community**
- Come rendere la mostra più viva nonostante il primo periodo di timore negli spostamenti? **Collaborazione influencer**
- Come arrivare a pubblici diversi senza l'autoreferenzialità dell'arte? **Varietà influencer**

# American Art 1961-2001

## SVILUPPO





# American Art 1961-2001



## RISULTATI

- Visitatori: 55.000
- Visitatori under 30: 40%
  - Prima volta a Palazzo Strozzi: 49%
  - Visita per interesse personale: 50%
  - Gradimento positivo: 94%
- Vendita biglietti online: 28%
  
- Reach Instagram: 2.417.983 utenti
- Crescita Instagram: +4.533 follower
- Engagement Rate Instagram: 4,42%

Dati sul periodo di mostra (28 maggio – 29 agosto 2021).

Fonti: sondaggio visitatori; piattaforme di vendite; Hootsuite; Facebook Analytics

# Donatello, il Rinascimento



## ESIGENZE E OBIETTIVI

- Mostra straordinaria per qualità e quantità di prestiti, per l'impianto scientifico e la curatela
- La rivoluzione di Donatello nella storia dell'arte è difficile da spiegare
- È una mostra di arte antica e di scultura
- Come utilizzare al meglio le singole piattaforme e con il linguaggio idoneo?
- Come far arrivare la mostra a ulteriori persone, oltre ai nostri pubblici abituali e affezionati?
- Come parlare in modo privilegiato alla Generazione Z?



# Donatello, il Rinascimento



## ESIGENZE E OBIETTIVI

- Mostra straordinaria per qualità e quantità di prestiti, per l'impianto scientifico e la curatela
- La rivoluzione di Donatello nella storia dell'arte è difficile da spiegare
- È una mostra di arte antica e di scultura
  
- Come utilizzare al meglio le singole piattaforme e con il linguaggio idoneo? **Differenziazione dei piani editoriali**
- Come far arrivare la mostra a ulteriori persone, oltre ai nostri pubblici abituali e affezionati? **Collaborazione content creator**
- Come parlare in modo privilegiato alla Generazione Z? **Content creator in target, apertura canale TikTok**

# Donatello, il Rinascimento

## SVILUPPO





# Donatello, il Rinascimento



## RISULTATI

- Visualizzazioni Reel: 510.532
- Visualizzazioni TikTok: 177.600
  
- Reach Instagram: 650.967 utenti
- Crescita Instagram: +1.369 follower
- Engagement Rate Instagram: 5,38%
  
- TikTok LIVE: 17.300 visualizzazioni (picco 4.200 spettatori)
- Crescita TikTok: +1.018 follower

Dati sul periodo del progetto (18 marzo – 12 aprile 2022).

Fonti: sondaggio visitatori; piattaforme di vendite; Hootsuite; Facebook Analytics; TikTok Analytics