
Case Study

nikura

● la comunicazione giusta per creare valore

DIGITAL PR E SOCIAL MEDIA MARKETING

CAMPAGNE BLOG

Nikura si occupa di **digital PR**, azioni di marketing che agiscono sulla reputazione e sull'awareness del brand, attraverso relazioni digitali e promuovendo campagne dirette a blogger e utenti dei social network.

È indispensabile per le aziende avvalersi, oggi, di questi moderni strumenti di comunicazione.

Nikura, tra l'altro, si è occupata della promozione dei prodotti di **BlueSodLab**, startup attiva nel settore della cosmesi.

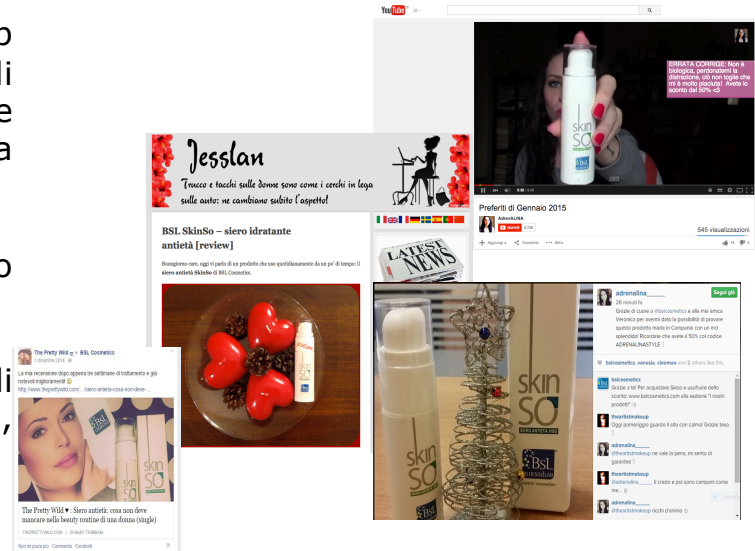


CAMPAGNE BLOG: BSL

La campagna promozionale per i prodotti della startup BlueSodLab è partita dallo **screening** dei principali fashion blogger e video blogger italiani. Ne sono state **selezionate** 20 a cui inviare campioni dei prodotti da testare e **recensire**.

A ogni blogger è stato attribuito un codice sconto promozionale da regalare ai propri lettori.

Diciotto blogger hanno recensito i prodotti e gli articoli sono stati rilanciati anche attraverso **Youtube**, **Facebook**, **Twitter** e **Instagram**.



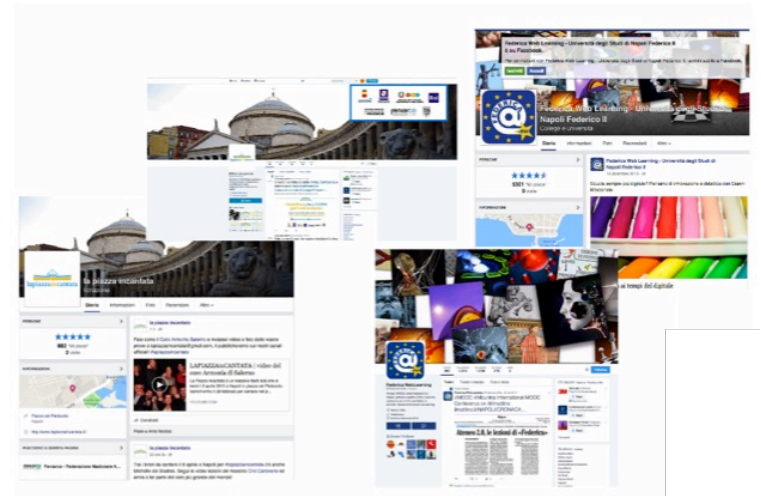
SOCIAL MEDIA

Tra i servizi offerti da Nikura anche quelli relativi alle attività di **social media marketing**.

La società si occupa della **pianificazione**, della **gestione** e delle attività di **rendicontazione** di campagne digitali.

Fornisce **report** dettagliati sull'andamento delle campagne social con cadenza fissa, come da accordi con il cliente.

Nelle seguenti slide alcuni esempi di lavori svolti per conto dell'**Università Federico II** e del **Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca**.



SOCIAL MEDIA: UNIVERSITA' FEDERICO II

1

Nell'ambito della promozione della nuova **piattaforma MOOC Federica.eu**, l'Università Federico II ha richiesto di avviare una campagna social finalizzata all'ampliamento della platea di iscritti.

Nikura si è occupata di:

- Analisi dello stato dell'arte
- Redazione di un piano social
- Rivitalizzazione dei canali già esistenti
- Countdown di presentazione del nuovo ambiente e-content a partire dalla settimana precedente alla data fissata per la conferenza stampa
- Diretta social della conferenza stampa
- Produzione materiali di presentazione dei singoli corsi e di altre note concordate con il committente.

SOCIAL MEDIA: UNIVERSITA' FEDERICO II

2

Nell'ambito della promozione della nuova piattaforma MOOC Federica.eu e di YouLaurea, l'Università Federico II ha richiesto di avviare una campagna social finalizzata all'ampliamento della platea di iscritti.

I canali social utilizzati sono stati: **Facebook**, **Twitter** e **Youtube**.



SOCIAL MEDIA: UNIVERSITA' FEDERICO II

3

Il cliente è stato costantemente aggiornato sull'andamento della campagna attraverso **report dettagliati** relativi ai singoli strumenti.

	30/03/2015	06/04/2015	13/04/2015	20/04/2015	27/04/2015	04/05/2015	11/05/2015	18/05/2015	25/05/2015	01/06/2015	08/06/2015
Federica Facebook	4096	4099	4126	4650	4761	4795	4831	4856	4885	4909	4927
Fan persi	0	3	13	13	7	3	5	7	3	3	6
Differenza periodo	0	3	27	524	111	34	36	25	29	24	18

	15/06/2015	22/06/2015	29/06/2015	06/07/2015	13/07/2015	20/07/2015	27/07/2015	03/08/2015
Federica Facebook	4935	4950	4969	4987	5000	5003	5005	
Fan persi	10	7	4	6	2	1	6	
Differenza periodo	8	15	19	18	13	3	2	

Interessi



Copertura dei post

Il numero di persone a cui è stato mostrato il tuo post.



SOCIAL MEDIA: MIUR

1

Nell'ambito della promozione dell'evento "**La Piazza Incantata**" il **Miur** ha manifestato l'esigenza di avvalersi di una campagna social per incentivare l'iscrizione di cori da tutta Italia.

La Piazza Incantata è un'attività di formazione musicale a distanza rivolta agli studenti di ogni ordine e grado. Il 9 aprile 2016, a Piazza Plebiscito a Napoli, "La Piazza Incantata" organizza un concerto di musica corale per dare vita al più grande coro della storia della musica.

La campagna promossa da Nikura si è sviluppata su **Facebook, Twitter e Youtube**. Attività comune ai tre canali:

- Apertura della pagina Facebook, account Twitter e canale Youtube
- Brandizzazione grafica dei tre canali e scrittura delle relative biografie e informazioni di contatto
- Social media policy da pubblicare sul portale dell'iniziativa e linkare in ognuno dei tre canali
- Attività giornaliera su Facebook e Twitter, quando necessario su Youtube

SOCIAL MEDIA: MIUR

2

La campagna si concluderà il 29 febbraio.

Anche grazie alle attività svolte da Nikura lo scorso 12 febbraio è stato già raggiunto l'obiettivo di portare in Piazza il coro più grande del mondo: con **10.093** iscritti.

All'avvio della campagna social gli iscritti erano circa 2.500

Il cliente è costantemente aggiornato sull'andamento della campagna attraverso **report dettagliati** relativi ai singoli strumenti.



NEWSLETTER

NEWSLETTER

Tra i servizi offerti dalla società: la realizzazione di **newsletter**, strumento di direct marketing funzionale ed efficace.

Ideale per informare e promuovere le attività del cliente presso un pubblico selezionato. È suddivisa in sezioni precedentemente individuate e concordate, veicolata tramite email con cadenza fissa. Si propone di offrire al pubblico un'informazione dettagliata e selezionata sui temi di interesse individuati.

Nikura si occupa del **progetto grafico**, della **definizione della struttura**, della **revisione dei testi**, dell'**invio** e dell'**elaborazione del report** di lettura.

Per le newsletter online, i clienti possono monitorare l'andamento delle campagne attraverso **report dettagliati** sugli esiti dei singoli invii.

NEWSLETTER HTML

Newsletter Enea SPECIALE HORIZON 2020 Ha problemi a visualizzare questa email? [Clicca qui](#)

Enea - B.R.I.D.G. Economies

SPECIALE HORIZON 2020

L'11 dicembre la Commissione europea ha formalmente adottato i programmi di lavoro 2014/2015 del nuovo programma europeo per la ricerca e l'innovazione Horizon 2020 e ha pubblicato la prima tornata di bandi di gara con oltre 15 miliardi di euro di fondi previsti per il primo biennio (su 75,2 miliardi di euro previsti come budget totale per i 7 anni).

Tutti i programmi di lavoro di Horizon, nelle loro versioni definitive, sono stati pubblicati sul Participant Portal (sezione "New to participate" e "Reference Documents"):
http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/funding/reference_docs.html

In collegamento con i programmi di lavoro, i primi bandi lanciati sono stati ugualmente pubblicati sul Participant Portal (Sezione "Funding opportunities"):
<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/index.html>

La maggior parte dei bandi che saranno finanziati con la dotazione del 2014 è aperta dall'11 dicembre e molti altri bandi saranno pubblicati nel corso dell'anno. Per i soli inviti previsti nel quadro della dotazione 2014 saranno stanziati 7,8 miliardi di euro. Gli inviti per il 2014-2015 includono anche uno strumento dedicato alle piccole e medie imprese che prevede uno stanziamento di 500 milioni di euro distribuiti su due anni.

In generale, il Participant Portal costituisce il punto di accesso a tutte le informazioni e a tutti i documenti relativi a Horizon e alle relative modalità di partecipazione. Nella sezione "How to participate" e "Reference Documents" sono, ad esempio, inseriti: le basi giuridiche (Regolamento istitutivo, regolamento sulle regole di partecipazione, etc.), il Model Grant Agreement, il H2020 Grants Manual, i Proposal templates and evaluation forms.

Un Manuale Online è stato espressamente previsto per supportare i potenziali partecipanti in tutte le fasi di redazione delle proposte (anch'esso disponibile sul Participant Portal).

Non visualizzi correttamente l'email? [Clicca qui](#). Newsletter n. 108 del 16 dicembre 2015

In Evidenza

Milano, 9 e 10 dicembre 2015
 Roma, 16 dicembre 2015

Incontri Assolavoro su Jobs Act e Politiche Attive

Alta luce dalle importanti modifiche normative che hanno investito negli ultimi mesi tutte le aree di attività delle Agenzie per il lavoro, dalle questioni legate alla riconfigurazione della "flessibilità in entrata" (e quindi della somministrazione), all'attentato profonda rivisitazione del sistema dei servizi al lavoro, che imporrà sempre di più le nostre Aziende in attività di taglio "pubblicitario", l'Iniziativa, rivolta alle strutture commerciali, alle articolazioni operative delle Agi, dedicate alle politiche attive e agli addetti degli uffici legali, al fine di fornire alla nostra "rete" di operatori una lettura univoca dello scenario di riferimento, ha riscosso un notevole successo con oltre 200 adesioni. Le prime due giornate si sono tenute a Milano, lo scorso 9 e 10 dicembre. La terza giornata si è svolta a Roma oggi, 16 dicembre.

Aggiornamento Attività Associative

Milano, 2 dicembre 2015
 Assolavoro è stata invitata dalla Regione Lombardia, DG Istruzione, formazione e lavoro, a designare un proprio rappresentante in seno al Comitato di Sorveglianza del Programma Operativo regionale del Fondo Sociale Europeo (FSE) 2014-2020.

Roma, 15 dicembre 2015
 Nelle prime settimane di dicembre si sono riunite le CST del Veneto, Lazio ed Abruzzo dove sono stati sottoscritti

Assonews

[Switch report](#) ▼

Overview **Activity** ▼ Links Social eCommerce360 Conversations Analytics360

125 Recipients

List: Assonews Delivered: Wed, Jul 01, 2015 10:58 pm
 Subject: Assonews n. 97 View email · Download · Print · Share

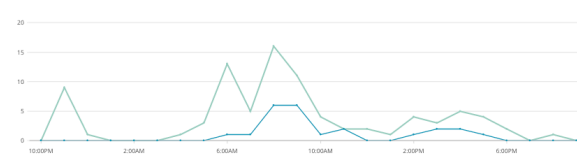


62	23	1	0
Opened	Clicked	Bounced	Unsubscribed

Successful deliveries	124	99.2%	Clicks per unique opens	37.1%
Total opens	883		Total clicks	72
Last opened	2/17/16 5:19PM		Last clicked	1/29/16 10:34AM
Forwarded	0		Abuse reports	0

[Explain these metrics](#)

24-hour performance



Top links clicked

NEWSLETTER PDF

Chinese Dreams with Clear Targets

Adler Pelzer Inside

Newsletter for the Employees of the Adler Pelzer Group
December 2015

Scudieri Awards as the Highlight of the Ending year

There can't be any doubt that the annual Scudieri Awards, honoring the best performers within the Adler Pelzer Group during the current year, is the absolute highlight of every year. At the recent award dinner held by the President Mr. Paolo Scudieri himself on last Thursday, the following individuals have been honored:

Paolo Scudieri (President) and Thomas Knott

Thomas Knott serves the company for more than 20 years. He was able to bring in the full commitment and dedication, working nearly day and night, to manage the crisis after the devastating fire in Milan. He put in place a supplier back-up strategy to manage the needs to fulfil our customer orders. He was able to perfectly support the Permabonus plant startup.

Alessandro Carraige has been able to manage the tough startup phase of our new Permabonus plant in Ghana with excellent leadership and personal commitment. With his hard and substantial part of the corporate functions he managed to turn our plant from scratch to be ranked first in SCM standard within the Permabonus FCA receiver park.

Eugenio V. (Alberto) has successfully able to shut down the Katus plant, managing perfectly all different stakeholders' needs and requests (customers, partners and unions). This has been done without one single hour of strike and without having any problem, both in terms of quality or quantity of production materials.

Ulivo Galzeran was able to manage the implementation of the different IT projects without creating problems to the internal customers, after the head of IT had with the company his utmost the right intention to manage unexpected extraordinary needs to support the company.

Three Legal Entities - One Organization

1 **ADLERPELZER** established in Feb. 2007
207 people in total (Italy, 13,000 production area)

2 **ADLERPELZER** established in Jul. 2008
100 people in total (Italy, 1,000 production area)

3 **ADLERPELZER** established in March 2010
207 people in total (Italy, 2,000 production area)

4 **ADLERPELZER** established in Feb. 2010
80 people in total (Italy, 1,000 production area)

5 **ADLERPELZER** established in Feb. 2011
100 people in total (Italy, 1,000 production area)

6 **ADLERPELZER** established in Feb. 2012
100 people in total (Italy, 1,000 production area)

7 **ADLERPELZER** established in Feb. 2012
100 people in total (Italy, 1,000 production area)

8 **ADLERPELZER** established in Feb. 2012
100 people in total (Italy, 1,000 production area)

9 **ADLERPELZER** established in Feb. 2012
100 people in total (Italy, 1,000 production area)

10 **ADLERPELZER** established in Feb. 2012
100 people in total (Italy, 1,000 production area)

Global Corporate Risk and Safety Standard

ADLERPELZER is committed to the highest standards of safety and health. The company's safety policy is based on the principles of prevention and the elimination of risks. The company's safety policy is based on the principles of prevention and the elimination of risks. The company's safety policy is based on the principles of prevention and the elimination of risks.

ADLER PELZER GROUP

The Science of Sound

1

Contatti



NIKURA S.r.l.

Via: Toledo, 329 - 80132 Napoli

Tel: +39 (0) 81 19339791

Fax: +39 (0) 81 19339792

Email: info@nikura.it

Website: www.nikura.it