

**Comunicare una ministoria in pochi secondi**

# VIRALITÀ

10 comandamenti

## 01 CATTURA L'ATTENZIONE NELLE 5 SECONDI

Bosconi Cattolica ti narra scopi con una scena d'azione, con un ritmo drammatico e con la presenza di una celebrità.



Luca Massi e Kaku Brown  
per il video "Bosconi Cattolica"



## 02 DIMENTICA I COMANDI STANDARD

È più importante il contenuto che la durata del video. Con i successi di piattaforme come Instagram e Vine, tutto è contenuto.

## 03 RACCONTA UNA STORIA

È fondamentale sapere scegliere bene cosa raccontare con il proprio video.



## 04 GIOCA SULLE EMOZIONI

Il modo migliore per catturare l'attenzione di un potenziale spettatore è far sfiorare la sua mente. Farlo provare una forte emozione, che gli rimarrà impressa nella memoria e nella mente.

## 05 PRODUCT PLACEMENT INTELLIGENTE

La promozione del prodotto all'interno del video è importante. Deve essere integrato in modo naturale e coerente con il brand e con la storia.



David Beckham  
in un video creato per Adidas

## 06 GIOCA CON LA AUDIENCE

Siate creativi e coinvolgete il pubblico per favorire una migliore interazione. Informatemi con il suggerimento prodotto protagonista del video.



## 07 L'IMPORTANZA DELLA MUSICA

La musica è essenziale. Rappresenta uno degli ingredienti fondamentali di successo di un video online, perché determina direttamente il livello di coinvolgimento delle emozioni su cui affiora il frame e la storia.

## 08 LE PRIME 24 ORE

Per raggiungere il maggior numero di visualizzazioni, il segreto sta nel diffondere il video soprattutto nelle prime 24 ore.



## 09 COINVOLGI GLI INFLUENCER

Individuate le persone più influenti del settore e sul argomento di vostro prodotto, coinvolgete e la visibilità del vostro video aumenterà sicuramente.

## 10 UTILIZZA UN RICH MEDIA PLAYER

Utilizzate un video player che favorisca l'integrazione e la condivisione. Questo perché un rich media player aumenta del 100% l'engagement rispetto ad un player standard.



### SOURCE

Adapted from "The Viral Video" by David J. Foray, Harvard Business Review, March 2012.

For more information, visit [www.buzzing.it](http://www.buzzing.it)

Per info: [info@buzzing.it](mailto:info@buzzing.it)

### BUZZING

BEHAVIORAL VIDEO ADVERTISING

CONVISSIONE

Marketing, Sales, Advertising

Pubblinteract Advertising