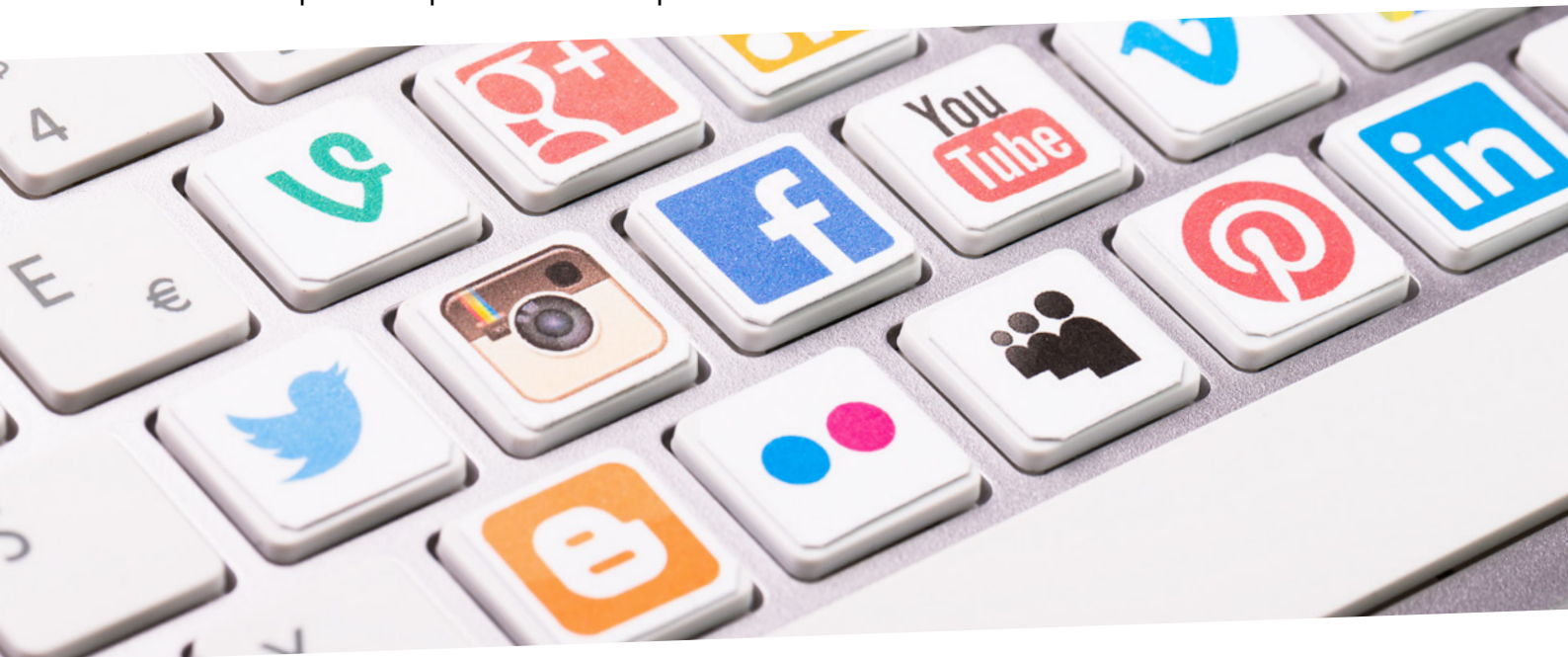


Le piattaforme digitali per la moda e non solo

Le piattaforme digitali sono strumenti fondamentali per una buona **comunicazione** tra soggetti coinvolti e interessati in un progetto. Infatti, uno scambio ottimale di riflessioni, idee, dati e informazioni garantisce sempre la buona riuscita di un programma di lavoro e il raggiungimento degli obiettivi preposti.

Tra le più utilizzate nel mondo della moda vi sono: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, 21 buttons.

Si tratta di piattaforme social, che i dipartimenti marketing delle case di moda usano per far conoscere e sponsorizzare i loro prodotti e per trasmettere importanti comunicazioni.



Facebook

Il **social network** più utilizzato nel mondo, Facebook, nasce nel 2004 dalla mente dell'informatico e imprenditore americano Mark Zuckerberg. Con una copertura planetaria, la piattaforma registra gratuitamente utenti a cui è fornito un profilo dove presentarsi con dati anagrafici e informazioni relative alla sfera lavorativa e sentimentale. Tramite il profilo si costruiscono delle **reti** fatte di "amici" che interagiscono in tempo reale tra loro, condividendo post (brevi testi), foto, video, notizie, commenti. Facebook offre anche la possibilità di aprire "pagine" dedicate ad aziende, enti, associazioni e di riunirsi in "gruppi" in cui si riconoscono affinità di interessi. Si possono creare eventi, invitare gli utenti, in una continua **interazione virtuale**. Utile strumento di *social marketing*, Facebook, è molto utilizzato nella moda per le suggestive e immediate opportunità di comunicazione improntate su immagini, video e informazioni (tutte le testate giornalistiche del settore, e non solo, hanno una pagina Facebook).



Instagram

Instagram è una **piattaforma social** che utilizza l'**immagine** (foto e video) come strumento comunicativo principale. Consente di scattare foto, registrare brevi video in tempo reale, applicarvi filtri e condividere il tutto sul proprio profilo, scambiando messaggi con altri utenti tramite una chat (*direct*). Nato nel 2010, Instagram (letteralmente “telegramma istantaneo”) è oggi uno tra i social più usati, specialmente da un pubblico giovane. La sua crescente popolarità ha fatto sì che esperti di *social media marketing* e *visual storytelling* del settore moda e non solo ne notassero le enormi potenzialità in termini di business, tanto che attualmente è una delle **strategie pubblicitarie** più sfruttate, con funzioni sempre più diversificate e aggiornate.



Twitter

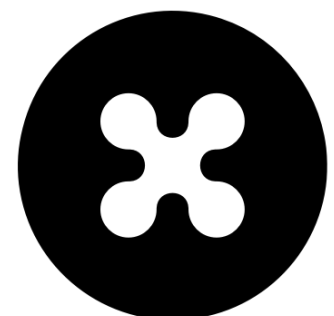
Twitter è un **social network** con più di 300 milioni di utenti attivi mensilmente in tutto il mondo, nato nel 2006 e riconoscibilissimo grazie all'iconico uccellino su sfondo azzurro. Diversamente da Facebook e Instagram, improntati su relazioni e immagini, la sua logica di comunicazione è maggiormente legata allo scambio di **notizie, opinioni, riflessioni**. La piattaforma è gratuita e aperta a tutti e consente di condividere con i follower post che potranno essere a loro volta “re-twittati” facendo così circolare informazioni. Su Twitter, l'industria della moda è molto attiva, facendo circolare news e opinioni su prodotti ed eventi.



YouTube

YouTube è una **piattaforma digitale** fondata nel 2005 che consente la visualizzazione e la condivisione di **contenuti multimediali**, tra cui videoclip, notizie, live streaming, trailer, ecc. Se per la visualizzazione basta collegarsi alla piattaforma, per condividere, commentare e lasciare *like* è necessaria una facile e gratuita registrazione.

Per la moda, YouTube consiste in una grande risorsa, specialmente nei tempi attuali in cui il settore si sta digitalizzando sempre di più. Oltre alle pubblicità dei loro prodotti, le case di moda possono trasmettere le sfilate in streaming, condividere le clip dei dettagli del backstage e dei processi di confezione degli abiti, per attrarre una fetta maggiore di clientela ed appassionati.



21 buttons

21 buttons è una **piattaforma sociale** che coniuga i social media e la passione per la moda e lo shopping. I *buttoner*, solitamente influencer, condividono con gli altri utenti le fotografie e i dettagli dei loro outfit, fornendo delle **proposte di look** e abbinamenti da salvare sul proprio profilo. 21 buttons è anche un **e-commerce**; cliccando sui diversi capi condivisi dai *buttoner* è possibile acquistarli.