

## SOCIAL MAXXI

Strategie e attività di social media marketing

Roma, 18 luglio 2017 Prisca Cupellini MA XXI

Il primo museo nazionale italiano dedicato alla creatività contemporanea.



### DIGITAL COMMUNICATION/ CAMPI D'AZIONE

- web site
- social network
- newsletter
- online advertising
- special digital projects legati alle attività del museo
- mobile e web apps
- digitalizzazione delle collezioni e degli archivi (in collaborazione con i dipartimenti di arte e architettura)





### I NOSTRI OBIETTIVI

#### I PUBBLICI AL CENTRO

- Comunicare il museo e il suo patrimonio
- Rendere accessibili e familiari i linguaggi artistici contemporanei
- Incoraggiare il dialogo, il confronto, la riflessione sulla creatività contemporanea
- Provocare il pensiero
- Raggiungere pubblici diversi
- Coinvolgere la community nella co-creazione e nella condivisione di contenuti



COINVOLGERE | INCURIOSIRE | CONDIVIDERE



Siamo nati nel 2010 ma abbiamo dato avvio alla nostra community nel 2007.

Per diventare grandi ci siamo ispirati ai grandi.

MoMA Tate Brooklyn Museum

Metropolitan

Museum of Art Guggenheim





#### Elaboriamo strategie che ogni giorno traduciamo in azioni

- Valutiamo e individuiamo i social media su cui sviluppare la nostra presenza
- Ci confrontiamo
- Sveliamo il dietro le quinte del museo
- Rendiamo accessibile il museo in tempo reale (live)
- Sfidiamo la community e ci mettiamo alla prova
- Incoraggiamo la loro creatività
- Facciamo rete
- Curiamo la nostra immagine
- Monitoriamo i nostri risultati









# CALLS TO ACTION



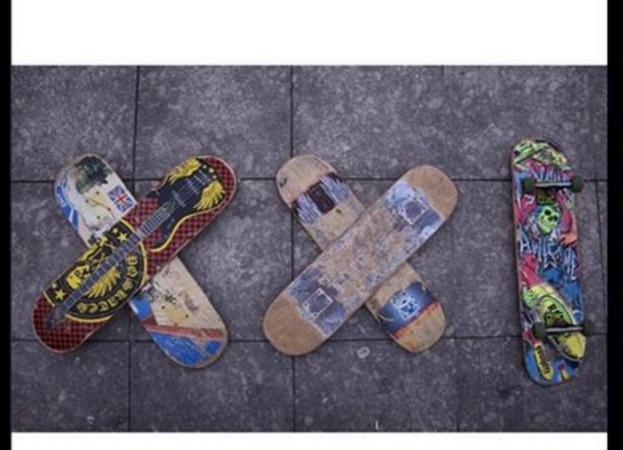
# #yourXXI

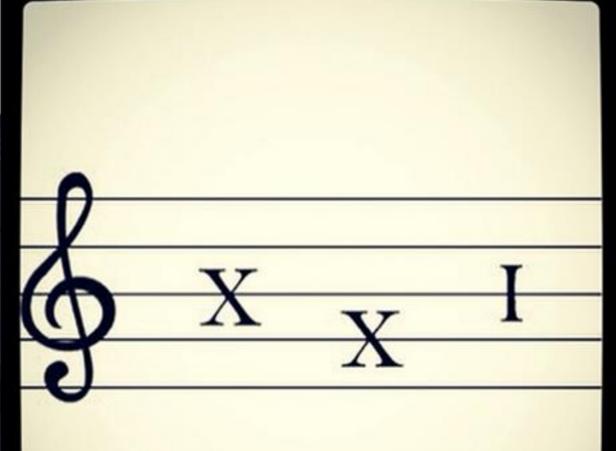
La generazione social inventa un secolo!

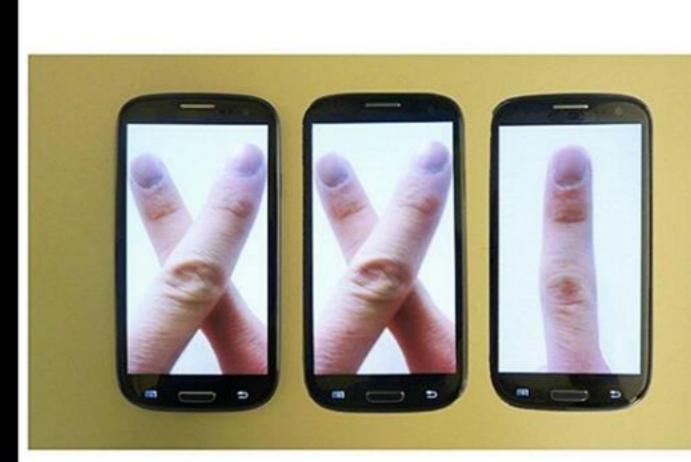


























# 5 studenti x 5 giorni con Sou Fujimoto Architects







# Marzia Migliora Capienza massima meno uno

















-Prisca Cupellini
prisca.cupellini@fondazionemaxxi.it
Responsabile comunicazione digitale
MAXXI Museo nazionale delle arti del XXI secolo
@priscacpl