



Paid Attention

La Business Communication Charity App



Il servizio Paid Attention Tutorial

Versione 1.6 del 18 Marzo 2018

Guida all'uso

Il presente documento descrive le modalità che un'AZIENDA SPONSOR (nel seguito AZIENDA) potrà utilizzare per comunicare con i DONATORI DI ATTENZIONE attraverso il servizio PAID ATTENTION. Per qualunque dubbio si suggerisce di inviare una email a admin@paidattention.it

Aspetti generali

L'AZIENDA, dopo aver indicato un proprio referente per la consegna della chiave di accesso alla piattaforma di Lead Generation, fornirà a PAID ATTENTION, al fine di garantire l'esecuzione del Servizio, il seguente materiale:

- un **video** promozionale di durata compresa tra 1 a 3 minuti in formato .mp4. Se, eventualmente, il video fosse già caricato sulla piattaforma Internet pubblica YouTube.com e rispettasse la durata e le linee guida richieste, sarà sufficiente inviare il link del video;
- un documento in formato elettronico con un **questionario** di 3 domande riguardanti il video, ognuna con 4 risposte (di cui solo 1 esatta che andrà evidenziata).

Questi file potranno essere trasferiti attraverso una semplice piattaforma Web collegandosi a <https://www.paidattention.it/cftp>, con le credenziali di accesso che verranno fornite al referente dell'AZIENDA. Per ogni dubbio basta mandare una mail a admin@paidattention.it

I destinatari del Servizio vedranno, in alto, il filmato proposto dall'AZIENDA, e più in basso il questionario con le domande attinenti a tale filmato. Nella parte inferiore avranno infine la possibilità di indicare delle date per un eventuale approfondimento con l'AZIENDA sulle tematiche oggetto della promozione, come nelle immagini seguenti:



1. Quanti supereroi combattono tra di loro nella prima scena?

1

2

3

2. Nella scena subacquea si vede

Un cane

Un uomo

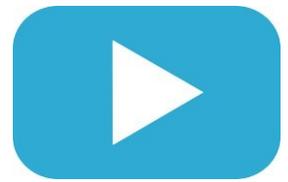
Una donna

3. Di che colore sono gli occhi illuminati di Batman?

rossi

azzurri

gialli



breve **Come preparare il video**

Il **video**, breve, preferibilmente di durata non inferiore ad un minuto e non superiore ai tre, oltre a raccontare del valore di un prodotto o di un servizio deve prima di tutto coinvolgere gli utenti.

Nella preparazione del video è quindi utile ricordare che il video si rivolge a persone di grande esperienza ed influenza, che hanno davvero poco tempo e hanno bisogno di cogliere l'essenziale.

Questa stessa attenzione dovrà essere posta nella preparazione del questionario, le cui domande dovranno essere brevi (non più di una riga), chiare e fortemente collegate ai contenuti del video.

chiaro **Cose da non fare**

- Se non hai un video non copiare l'idea dal competitor. Prendi spunto ma **racconta la tua azienda**
- Niente tecnicismi, messaggio chiaro e diretto
- Non dimenticare del prodotto/servizio e sue caratteristiche che lo rendono unico
- Non dimenticare le frasi magiche:
 - Come ti sentiresti se...? Immagina se... (Mettilo/a in quella situazione)
 - Cosa sai davvero dei benefici di...? (Gioca con lui)
 - Prima che tu prenda una decisione questi sono i nostri benefici (e ricapitarli)
 - Quali domande hai sulla nostra azienda? (Ricorda la call to action)
- Hai un team? Non lo lasciare davanti al pc! Presentalo al tuo cliente

carica **Dove si pubblicano i video e il questionario**

I video possono essere messi su YouTube da dove il team di PAID ATTENTION provvederà a esportarli per inserirli direttamente in piattaforma oppure caricati, a cura dell'AZIENDA, in formato .mp4 attraverso il servizio WEB <https://www.paidattention.it/cftp>, con le credenziali che verranno fornite da PAID ATTENTION, attraverso la funzione "Carica file".

Anche le tre domande del questionario potranno essere caricate attraverso il servizio WEB <https://www.paidattention.it/cftp>, sempre attraverso la funzione "Carica file". Le domande, con le relative quattro risposte (di cui una esatta e chiaramente indicata) potranno essere contenute in un file PDF, TXT o Word e verranno associate al Video sulla piattaforma digitale direttamente dal team PAID ATTENTION.



Come preparare il questionario

L'inoltro del questionario, anche se compilato in modo parzialmente esatto, determina l'attivazione della donazione. È quindi importante realizzare un questionario compatto e pertinente, tipicamente con una sola risposta esatta (se del caso), anche se è possibile realizzare questionari a risposte multiple o libere.

esempio

Un **esempio** di domanda “a risposta esatta” potrebbe essere la seguente:

- “Quale problema risolve meglio la soluzione illustrata?”
 - La sicurezza
 - Il contenimento dei costi
 - La comunicazione sul Web

È però anche possibile fare domande in cui non esista una reale risposta esatta, come ad esempio:”

- Per quale settore ritiene più utile la soluzione illustrata?”
 - Per il Marketing
 - Per le Risorse Umane
 - Per Pianificazione e Controllo

È infine possibile prevedere una risposta libera, ad esempio:

- “Chi potrebbe beneficiare nella sua azienda di questa soluzione?”

I destinatari del Servizio avranno la possibilità di visualizzare in ogni momento il video promozionale e rispondere al questionario. Sarà anche possibile richiedere un appuntamento di approfondimento.

Contatti

Desideri approfondire? Contattaci per richiedere un'appuntamento senza impegno proponendoci anche una data per l'incontro

Obbligatorio *

Nome e Cognome *

Recapito email *

Data di contatto

Corpo del messaggio

Come si scelgono i donatori di attenzione



All'atto del caricamento delle domande o del video, come mostrato nell'immagine, è possibile fornire una breve descrizione e stabilire quali potranno essere i donatori.

video.mp4

INFORMAZIONI SUL FILE

Titolo
video

Descrizione
Facoltativamente, inserisci qui una descrizione per il file.

Accesso fruitori
Selezione quali utenti possono partecipare al questionario

Politica di selezione

Select Some Options

Continua

Normalmente si potrà lasciare l'impostazione suggerita "Tutti gli utenti iscritti al sito", ma è possibile scegliere sia l'opzione "Solo gli utenti selezionati" o "Tutti tranne i seguenti utenti". In questi due specifici casi andranno indicati, selezionandoli da una apposita lista che comparirà, gli utenti graditi o quelli non desiderati.

Come si ha la conferma che il video è stato visionato

PAID ATTENTION genera automaticamente delle statistiche sull'utilizzo del servizio che l'AZIENDA può consultare accedendo con le proprie credenziali alla piattaforma Web, nell'area riservata.

Come si riceve l'eventuale richiesta di appuntamento

Il team di PAID ATTENTION fornisce, via email, all'incaricato dell'AZIENDA, appena si rendessero disponibili, informazioni relative ad ogni richiesta di appuntamento e di approfondimento. In un prossimo futuro la piattaforma provvederà ad inviare, in automatico, all'incaricato dell'AZIENDA, una comunicazione email con tali richieste.

IMPORTANTE: L'AZIENDA si impegna a non tenere comportamenti lesivi dell'immagine; in particolare sarà l'unica responsabile della correttezza relativa al materiale fornito o indicato per la pubblicazione e tale materiale non dovrà contravvenire ad eventuali diritti di autore e/o esporre contenuti offensivi.

Grazie!

Siamo a tua disposizione per ogni dubbio

Il Team PAID ATTENTION