

## MITO SUL DIGITAL CON LA NUOVA PIATTAFORMA PER L'ORIENTAMENTO AGLI STUDENTI. FIRMA OCTO\_\_NET

È partita a fine maggio la campagna di comunicazione digital per il lancio della piattaforma MITO, il sistema online di orientamento e formazione che il professor **Giorgio Sangiorgi**, docente di Psicologia delle Organizzazioni all'Università Mercatorum di Roma e inventore della piattaforma, e la società **Selexi** hanno messo gratuitamente a disposizione di scuole, università e studenti nella fase di emergenza dovuta al dilagare del Covid 19. Il lancio è stato sostenuto da una campagna realizzata dall'agenzia **Octo\_\_Net** e sviluppata attraverso la promozione sui principali social network, la partecipazione all'evento Job Meeting 2020 e webinar più mirati all'orientamento. **Stefano Bazzini**, CEO di Selexi afferma: «MITO è un progetto che si è dovuto adattare alla situazione Covid 19. Se nell'epoca pre-virus nella lista delle priorità al numero uno rientravano le aziende, l'emergenza ci ha spinto a concentrare tutti gli sforzi verso le linee dedicate alle scuole, in particolare le medie secondarie. Guidati dall'agenzia Octo\_\_Net abbiamo così messo a punto un servizio completamente gratuito, fruibile dagli studenti, che consente di svolgere percorsi di orientamento direttamente online e una seconda linea più avanzata

a pagamento che consente il matching tra il proprio profilo personale e quello lavorativo». Il concept della creatività sui social media è stato definito pensando a due target differenti: da una parte genitori e studenti e dall'altra insegnanti e orientatori. Nell'ambito della promozione di MITO verso gli studenti è stato realizzato un video per i canali Facebook e YouTube. Dal report dei risultati raccolti fra il 28 maggio

**LUCA**  
35 anni  
Architetto

**LA SUA  
ISPIRAZIONE  
ERI TU,  
NON GIO PONTI**

Accompagna i tuoi studenti alla scoperta del loro talento,  
scopri i percorsi di orientamento su [mitonline.it](http://mitonline.it)

**PER  
SCEGLIERE  
IL TUO  
FUTURO  
DEVI  
CONOSCERE  
IL TUO  
TALENTO**

Con **MITO** scopri gratis  
per cosa sei portato

Semplici passaggi online ti guidano a comprendere meglio  
quali sono le decisioni più giuste per il tuo futuro universitario o  
professionale

e il 10 giugno emerge un aumento di circa il 30% degli utenti della piattaforma provenienti dai social media, Facebook e Instagram. I digital media hanno consentito in questa fase di lancio di intercettare una significativa fetta di popolazione, pari a 126mila utenti. Dal punto di vista delle caratteristiche dei target, la campagna adv su Facebook ha dimostrato un maggior interesse da parte del pubblico femminile e di giovani fra 18 e 24 anni d'età (40%). Un altro aspetto interessante è l'efficacia di Instagram dal quale è stato generato più del 65% delle conversioni (rispetto al 34,8% di Facebook). Un risultato da collegare alla maggior presenza di studenti, target primario della campagna, su Instagram. «Il digital è attualmente il media di diffusione per eccellenza sul quale basiamo tutta la nostra strategia di promozione per MITO. Non potendo in questo momento partecipare ad eventi outdoor di settore, escludiamo i canali OOH, sebbene siano già in agenda come supporto ad attività btl locali presso atenei o altri eventi, in attesa che la situazione si sblocchi completamente per tornare alla normalità», dice **Michele Campagnoni**, CEO e Direttore Creativo di Octo\_\_Net. Tra i progetti che saranno realizzati a breve, la distribuzione della piattaforma MITO alle aziende, quale nuovo e funzionale strumento utile in diversi processi di gestione del personale, dal recruiting all'assessment. In questo caso la comunicazione si rivolgerà, anche attraverso un nuovo spot video per i canali digital, a una molteplicità di target che spazia dalle PMI, alle grandi organizzazioni, da chi gestisce i concorsi statali alle aziende di somministrazione e placement.