

# Bottega Veneta NON ha lasciato Instagram



*Molte testate e siti di settore riportano della "cancellazione" da Instagram dell'account ufficiale di Bottega Veneta, ma è proprio così?*

Qualche giorno fa l'account Instagram di **Bottega Veneta** si dissolve nel nulla, facendo letteralmente impazzire le testate e i siti di settore.

["Bottega Veneta ha lasciato Instagram"](#) titola un articolo di Vogue Italia.

Per Harper's Bazaar ["Bottega Veneta è scomparso dai social media"](#).

Scomparso o, per dirlo a là Bauman, **"liquidificato"**?

Ci sono diversi indizi che inducono a pensare che Bottega Veneta abbia sì rimosso il proprio account dai social, ma che **non abbia realmente abbandonato quelle piattaforme.**

Piuttosto si sia “liquidificato” in svariati account, attraverso la tecnica **“Mother Slave”**.



## **Cancellazione da Instagram o strategia “Mother Slave”?**

Il metodo “Mother Slave” è una delle tante strategie di **crescita** di un account sui social network.

La teoria alla base del “Mother Slave” è molto semplice.

L’account “Madre” è quello che deve crescere **in termini di follower/engagement/awareness**.

Questo account è quello “istituzionale”, con contenuti strettamente coerenti con i valori del Brand – soprattutto nel **“tone of voice”**.

Poi ci sono gli **account “Slave” o “Figlio”**, creati con lo scopo principale di promuovere l’account “Madre”.

Questi possono **assumere varie “forme”**: “fan-page”, “magazine” o addirittura account “paralleli”.

L’**obiettivo** di questo metodo è quello di creare **tante piccole comunità o “triboo”**, presentando il prodotto in maniera diversa a tante nicchie (quanto più ristrette possibili) a seconda dei vari target di riferimento.



Facendo qualche ricerca su Instagram, ci si può rendere conto delle **centinaia di account che repostano** contenuti farciti di prodotti Bottega Veneta.

Anche senza l’account ufficiale, il numero di **post su Instagram** con l’hashtag **#bottegaveneta** ammontano, nel momento in cui scriviamo, a **1.951.682**.

Si potrebbe ipotizzare che l'account "Madre", troppo "oneroso" da mantenere in termini di costi-opportunità – per sostenere l'**adeguato livello di engagement e/o awareness** (?) – abbia ceduto il posto ai suoi molteplici figli.

Ciascuno con un proprio carattere, una propria estetica ed un proprio modo di essere leader di una "triboo" (leggi "nicchia"), ma tutti accomunati dall'anima che li muove: Bottega Veneta.

## **Global Content Editor cercasi**

Un paio di giorni fa, inoltre, Bottega Veneta si mette alla ricerca di un **Global Content Editor**.

La risorsa si occuperà *"delle attività di marketing: newsletter, **social media**, CRM ed altre attività di marketing"* si legge nell'**annuncio di lavoro**.

Ci siamo chiesti: perché il nuovo Global Content Editor dovrebbe occuparsi di contenuti per i social media, se l'azienda ha deciso di non presidiare più quelle piattaforme?



## **Bottega Veneta e il "Buzz Marketing"**

Da tanto tempo poi non avevamo manifestazioni così importanti di **"Buzz Marketing"** e la "scomparsa" dai social del Brand ha ottenuto anche questo risultato.

Letteralmente "ronzìo", il "buzz" in marketing è quel fenomeno (misterioso) secondo cui una tale notizia riguardante un brand ha una eco così grande da occupare uno spazio su tutti i principali media, divenendo per qualche tempo un vero e proprio fenomeno mediatico.

Sembra l'introduzione giusta per spiegare la "questione Bottega Veneta" ai nostri nipoti, quando sui manuali di

Marketing leggeranno cosa sia potuto accadere quel giorno del 7 gennaio 2021.

[Immaginario Collettivo®](#)

