

GUIDA AI SOCIAL MEDIA

COME UTILIZZARLI NEL MARKETING

I social media sono, al giorno d'oggi, fondamentali per assicurare il successo del proprio business. Di seguito vedremo come sfruttarli al meglio.

FACEBOOK oltre ad essere un gran bel passatempo è anche uno strumento di business se viene utilizzato correttamente. E' perfetto per pubblicizzare i tuoi prodotti, il tuo marchio, o un evento, la tua azienda, ma soprattutto ti permette di stare connesso e rimanere in contatto tutti i tuoi clienti.

Ecco alcuni consigli **per utilizzare facebook e incrementare il tuo business:**

- ✓ Completa tutte le informazioni del profilo per guadagnare in credibilità e fiducia.

- ✓ Crea un blog (Wordpress ad esempio) per te e per la tua azienda.
- ✓ Assicurati che i post del tuo blog, i tuoi tweet e tutti gli altri aggiornamenti degli account sociali vengano pubblicati automaticamente su facebook o sulla tua pagina facebook
- ✓ Mantieni private le tue informazioni personali attraverso le impostazioni del tuo account.
- ✓ Posta foto professionali o riguardanti il tuo business, ma anche di momenti divertenti.
- ✓ Aggiungi 'url del tuo profilo di facebook alla tua firma nella mail e sui biglietti da visita.
- ✓ Posta gli aggiornamenti del tuo business direttamente in bacheca, se vuoi puoi anche condividerli di nuovo con il tuo profilo personale.
- ✓ Posta articoli interessanti ed utili, anche se non li hai fatti te, aumenterà la tua credibilità e instaurerai un ciclo di pubblicità.
- ✓ Collega facebook con altri social media, come twitter per raggiungere il maggior numero di persone
- ✓ Trova esperti nel tuo settore, ed invitali a creare post sul tuo blog, oppure a parlare ad eventi che organizzerai.
- ✓ Pubblicizza il tuo prodotto creando buoni sconto e pacchetti vantaggiosi
- ✓ Suggerisci amici ai tuoi clienti e colleghi, instaurerai un rapporto di fiducia.

- ✓ Crea una pagina facebook o un gruppo riguardante il tuo prodotto, marchio o business.
- ✓ Aggiorna costantemente la pagina o il gruppo, rispondi alle domande che ti vengono poste e tieni in considerazione la loro opinione.
- ✓ Aggiungi solamente le informazioni base alla pagina o al gruppo, creerai la curiosità in chi la visita.
- ✓ Posta i prossimi eventi a cui te o i tuoi collaboratori parteciperete.
- ✓ Partecipa attivamente ai gruppi e blog del tuo settore.

LINKEDIN al momento è ritenuto il più importante social network B2B (Business-To-Business). In poco tempo è divenuto uno strumento fondamentale e utile alla creazione e gestione di un proprio network professionale. Soltanto iscriversi al social network non è però sufficiente a creare attorno al marchio la giusta visibilità e attenzione.

All'interno del profilo trovate 4 spazi principali:

Panoramica: ospita il classico "chi siamo" e gli aggiornamenti più frequenti, che verranno mostrati nel flusso di notizie dei follower. Qui si possono ripubblicare tutti i post del proprio blog aziendale. Come per ogni pagina web, la frequenza di aggiornamento è fondamentale: vi consigliamo di pubblicare almeno 2 contenuti a settimana.

Opportunità di carriera: LinkedIn non è una piattaforma generalista, è completamente orientata a professionisti e lavoratori. La pubblicazione delle offerte di lavoro è un servizio a pagamento, con la possibilità di acquistare un pacchetto di crediti.

Prodotti e servizi: molto simile alla sezione "cosa facciamo" del sito web, permette di promuovere il business, chiedendo anche segnalazioni/recensioni ai vostri clienti.

Statistiche: spazio visibile solo dall'admin e contiene alcune statistiche sull'efficacia della pagina in termini di dati demografici dei visitatori, numero visite e click, etc.

Per ottenere visibilità è necessario iniziare a cercare contatti già presenti su LinkedIn, ma anche e soprattutto le aziende o i professionisti ideali per la propria realtà imprenditoriale.



A cosa serve creare un gruppo?

Chi crea e gestisce il gruppo si pone nella posizione di esperto in materia, interessante per migliorare la percezione del mercato sul brand e/o l'azienda in questione.

Partecipare ai gruppi è un ottimo modo per fare networking, pubblicità e anche per imparare dagli altri, non avere paura di domandare.

Come ottimizzare i propri risultati?

Utilizza parole chiave nel collegamento ipertestuale. Ad esempio "online marketing blog" invece di "blog" e aggiungi immagini per rendere il tutto più gradevole all'occhio.

Applicazioni

Applicazioni che consentono di sfruttare al massimo LinkedIn sono:

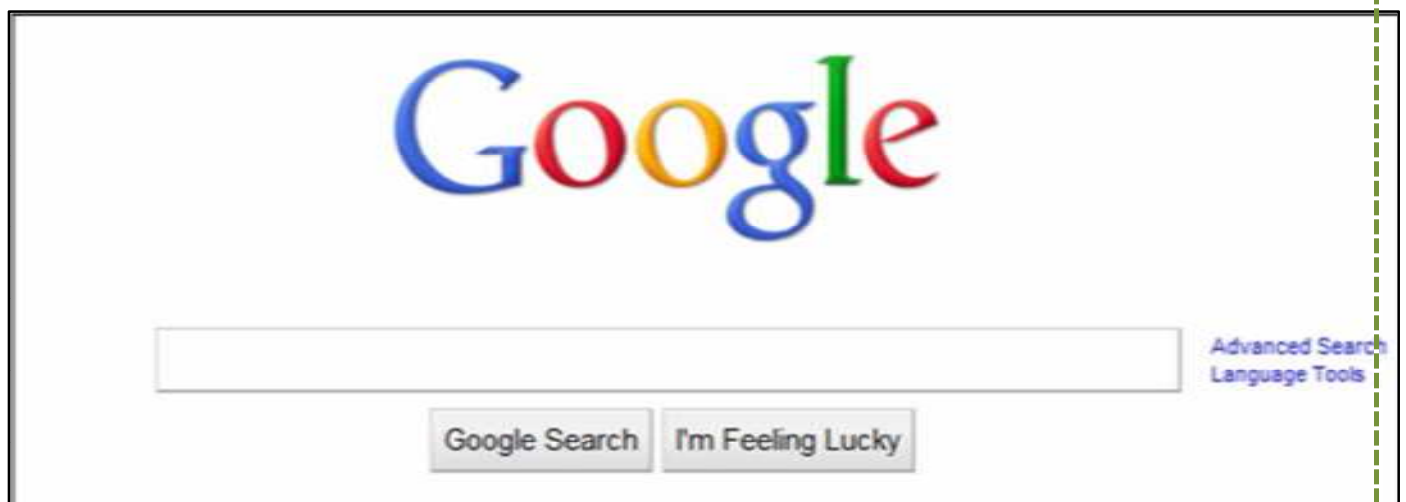
- **Slideshare**, per condividere presentazioni aziendali;
- **Company buzz**, monitor dei messaggi inviati sul proprio marchio su Twitter;

- **Tripit**, per vedere i movimenti dei clienti e quando saranno nella propria città.

Utile e quasi essenziale è promuovere il proprio profilo con un follow button sul proprio sito web.

Google

è il luogo della ricerca, è il punto di partenza delle verifiche che i clienti fanno ed è pertanto il posto dove farsi trovare e dove essere sicuri che vengano trovati luoghi della nostra **"identità digitale"** che siano per noi capaci di suscitare affidabilità e sicurezza ma anche per risolvere i loro dubbi.

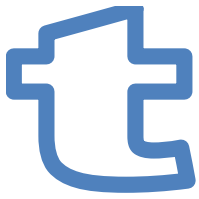


Ecco perché occorre curare e distribuire la nostra presenza in più ambiti affinché chi cerca noi o un professionista del nostro ambito e sul nostro territorio escano fra i risultati:

- ✓ la scheda sul sito aziendale
- ✓ la filiale dove lavoriamo su *Google Maps*, oggi tutt'uno con *Google Plus*
- ✓ il profilo *Linkedin*
- ✓ il blog professionale
- ✓ l'account *Twitter*
- ✓ i post o i commenti lasciati su blog del nostro settore
- ✓ il profilo *Facebook*

In caso di omonimia, questo dà più chance di essere trovati.





Twitter, servizio gratuito di social network e microblogging, fornisce anche alle PMI una pagina aziendale tramite cui dare visibilità al proprio brand e ai prodotti e servizi offerti in supporto della strategia di web marketing.

Bisogna comprendere però che Twitter resta uno strumento di comunicazione social, pertanto è fondamentale interagire, avviare dialoghi a più voci ed evitare di sommergere i follower (utenti iscritti al proprio profilo) di tweet pubblicitari, ma piuttosto incuriosirli seguendo i trend del momento:



Errore comune è postare link senza integrare informazioni esaustive o quantomeno accattivanti o che suscitino interesse.

Ecco dunque una serie di regole per conquistare e fidelizzare nuovi follower:

- **Essere attivi:** è importante pubblicare aggiornamenti o re-tweettare (RT) con una certa frequenza; se seguite utenti che trattano argomenti attinenti al proprio settore e re-tweettare i più interessanti, chi è interessato al vostro settore seguirà il vostro profilo se verranno diffuse anche altre news, sempre correlate allo stesso ambito.

- **Effettuare FF (*Follow Friday*):** ogni venerdì indicate ai follower gli utenti Twitter che secondo voi vale la pena seguire, magari aggiungendo anche una motivazione.
- **Seguire opinion leader** nel proprio settore (blogger, giornali, giornalisti di settore...): coinvolgeteli in post con l'obiettivo di ottenere re-tweet e ottenere maggiore visibilità sulle loro bacheche.
- **Salutare i nuovi arrivati** con un post di benvenuto (anche cumulativo): stimolerete l'interazione.
- **Porre domande** nei vostri tweet: anche così stimolerete la risposta dei follower e quindi maggiore coinvolgimento e fidelizzazione.
- **Partecipare ai TT (*Trend Topic*),** temi di tendenza e argomenti più citati su Twitter: partecipate utilizzando hashtag (#), con osservazioni accattivanti e inerenti o con RT.
- **Curare il layout** del profilo con uno sfondo personalizzato.
- **Sincronizzare i profili Twitter e Facebook** in modo che i tweet vengano ripostati automaticamente su FB, ma solo per un primo periodo, per far conoscere il profilo Twitter, poichè a lungo andare può stancare.
- **Creare Liste pubbliche di contatti,** raggruppando i vostri follower in base a categorie di interesse: semplificherete la lettura

e consentirete agli altri utenti con medesimi interessi di seguire lo stesso gruppo di utenti o suggerirne altri.

- **Pubblicare foto:** prodotti dei clienti, backstage degli eventi - corredate da tag / mention (@nomeutente) - di chi ha partecipato o dei clienti stessi.
- **Partecipare** a eventi in stream segnalandolo con hashtag e contribuendo con osservazioni.
- **Condividere** con i follower viaggi, trasferte e momenti di svago, magari pubblicando foto anche su Instagram.
- **Creare hashtag** di eventi cui si partecipa: sponsorizzateli nelle vostre comunicazioni, scrivendo semplicemente "Seguici su Twitter #evento2013".

Infine ricordate: **i follower vanno premiati!**

Devono avere opportunità/vantaggi in più rispetto agli altri: ad esempio anteprime su prodotti in vendita, su interventi in uno specifico evento, sconti!

Insomma, *incuriosire ed esplorare*. Ecco il segreto per sopravvivere nella giungla del Web, in attesa di nuovi social network o strumenti che aprano innovative opportunità di business.



All'interno dell'universo dei blog per il marketing e la promozione, la piattaforma di blogging **Tumblr** ha alcuni vantaggi che la distinguono da più tradizionali software di blogging come WordPress e Blogger.

Le altre piattaforme sono state create per pubblicare contenuti unici su un sito per un pubblico specifico. Anche se Tumblr può essere utilizzato per la pubblicazione di post in modo simile a un blog, è strutturato come una piattaforma per la condivisione di contenuti di altre persone.

Con questa differenza in mente, ecco come sfruttare la natura di Tumblr per il marketing e per promuovere la vostra attività.

Curare i contenuti

Dal momento che è organizzato avendo come scopo principale la visualizzazione di contenuti di altre persone, selezionate con attenzione e condividete i contenuti rilevanti per il pubblico della vostra azienda o organizzazione, non andate fuori tema solo perché famoso.

Un modo per farlo è quello di scegliere una nicchia per il vostro tumblog. Ad esempio, una libreria che vuole essere conosciuta per i propri readings da parte di autori, potrebbe pubblicare citazioni di scrittori e concentrarsi sulla pubblicazione di estratti del libro.

Condividete più contenuti di quelli che pubblicate

Forse, più che in qualsiasi altra piattaforma di social media, su Tumblr è importante condividere più contenuti di quelli che pubblicate. Come abbiamo già sottolineato, si tratta di una piattaforma di condivisione dei contenuti più che di un tradizionale blog. Cercate di fare reblog per il 75% del tempo e di condividere nuovi contenuti per il 25%, anche se si tratta di un link ad un articolo pubblicato altrove. Ci sono eccezioni, naturalmente, per i contenuti di grande valore.

Condividendo i messaggi degli altri, è molto più probabile che veniate ribloggati, il che genera diversi vantaggi. Infatti, il post rebloggato include un link alla fonte originale, creando visibilità.

Considerate il pubblico

Il pubblico di Tumblr è sproporzionatamente più giovane rispetto a quello di altri social media: la maggior parte degli utenti ha meno di 30 anni. Quindi se il vostro target di mercato è giovane, o se volete mirare a questo pubblico, Tumblr potrebbe essere la scelta giusta per voi.

Rispondere alle domande

Una caratteristica unica della piattaforma di Tumblr è il pulsante "Chiedi" che può essere aggiunto a qualsiasi tema. Questa azione genera un messaggio in ingresso per il proprietario del blog, al quale è possibile rispondere in forma di post. Il post comprenderà sia la domanda iniziale sia la vostra risposta.



Instagram

Instagram è uno strumento eccezionale per i commercianti e le aziende. Perché?

Vogliamo mostrarvi 8 modi efficaci per permettere a commercianti ed aziende online di raggiungere questi obiettivi con

Instagram.

Perché le foto la fanno da padrone quando si tratta di marketing:

1. Le foto stabiliscono un legame emotivo più profondo rispetto ad un semplice testo.
2. Le foto rendono la vostra azienda ed il vostro marchio più riconoscibili.
3. Le foto sono divertenti e coinvolgenti.
4. Le foto condivise su Instagram sono in grado di raggiungere un vasto pubblico, grazie al fatto di essere utilizzato da sempre più persone.

Consigli rapidi per il marketing su Instagram:

Farsi le giuste domande

Determinate cosa potrà coinvolgere il vostro mercato di riferimento chiedendovi: Cosa vogliono vedere i consumatori? Come posso farli partecipare con le mie foto? Come posso farli parlare della mia azienda? Sviluppate un piano di gestione delle foto modellato sulle risposte che vi darete.

In breve

Considerate la condivisione solo di alcune foto su Instagram, dove potrete addirittura far trapelare i segreti aziendali per aggiungere esclusività. Accertatevi che le vostre foto siano magnifiche (qualsiasi cosa sotto la media potrebbe infatti offuscare il vostro marchio) ed assicuratevi di includere scatti dei vostri dipendenti e dell'ufficio. Facendo entrare le persone nel vostro lavoro di tutti i giorni potrete creare legami duraturi.

Hashtag

Considerate l'utilizzo di hashtag univoci come parole chiave per rendere la vostra azienda ed il vostro marchio facilmente rintracciabili in rete. Assicuratevi di aggiungerle a tutti i vostri post.

Coinvolgere

Aumentate il livello di coinvolgimento postando foto di voi e degli avvenimenti che vedono protagonisti i vostri clienti, usando la geolocalizzazione e creando un po' di intrattenimento (ad esempio chiedendo agli utenti di inviare foto, didascalie creative per le vostre foto, o risolvere quiz sulle vostre foto).

Alcuni modi per aumentare le vendite usando Instagram

1. Decidete cosa volete fare Limitarsi a postare foto a casaccio non serve a molto. Dovete invece capire fin dall'inizio cosa volete fare esattamente, e concentrarvi solo su quello. Sviluppate un piano, basta che

riguardi un argomento specifico, che sia interessante, attinente una qualche routine, che si possa condividere nei giorni a venire.

2. Fotografie di qualità che saltino all'occhio Anche se non siete fotografi professionisti non dimenticate che la qualità dell'immagine è un elemento importante in un buon marchio. Se non siete bravi a fare foto, chiedete a qualcuno di aiutarvi, o leggete qualche trucchetto per migliorare le vostre abilità

Solo una considerazione: non affidatevi UNICAMENTE ad Instagram. Instagram è un ottimo strumento nella vostra strategia per i social media con i dispositivi mobili, ma non è l'unico. Instagram è pensato per lavorare bene con altri siti, specialmente quelli con molto contenuto visivo, come Pinterest, Tumblr e Facebook, visto che questi siti assicurano anche i migliori risultati in termini di condivisione e discussione delle foto.

Instagram può essere collegato molto facilmente ad altri social network, cosicché tutti i vostri amici che avete sui diversi social network saranno in grado di vedere le foto.

3. Fate partecipare la vostra comunità Come in ogni campagna su social media, non dovrete limitarvi a rispondere e commentare le vostre foto, ma anche quelle postate dagli altri, in particolare se parlano dei vostri prodotti o del vostro marchio. Come abbiamo visto prima, il servizio clienti attraverso i social media può dimostrarsi utilissimo per affrontare i problemi dei vostri clienti.

Se volete davvero interagire con i clienti e coinvolgerli, Instagram è uno dei modi migliori per farlo. È questo il modo di assicurarsi che i vostri fan partecipino e continuino a seguirvi. Chiedetegli di postare fotografie dei vostri prodotti e vedrete i risultati.

- **Controllate gli aggiornamenti.** È importante monitorare quello che gli utenti caricano perché possiate proteggere la vostra reputazione. Se viene caricato contenuto non appropriato, rispondete sempre in maniera calma, fornendo aiuto e correzioni.

- **Connettetevi e condividete.** È indispensabile integrare Instagram con altri social network. Cominciate con Facebook, poi passate a Twitter. In questo modo potete prendere delle immagini e condividerle usando gli hashtag su altri network.

4. Attrae nuovi clienti Man mano che acquistate followers, questi si mostreranno sempre più interessati ai vostri progetti. Col tempo potrete sviluppare una lista sempre in crescita di potenziali clienti. Non pensate però che creare un nuovo account Instagram possa tutto d'un tratto aumentare esponenzialmente il vostro giro d'affari, perché non è così che funziona. Instagram è divertente, coinvolgente e facile da usare. Questo in seguito vi permetterà di far conoscere il vostro marchio e magari anche di aumentare le vendite.

5. Create il vostro hashtag ed interagite con coloro che lo usano Creare, usare, promuovere e monitorare il vostro hashtag presenta benefici importanti.

- I navigatori possono trovare facilmente le foto collegate a voi o al vostro marchio.
- È più facile capire chi sono davvero i vostri fan, al di là degli utenti che vi seguono e mettono il "Mi piace" sulle vostre foto.
- È più facile interagire con la vostra comunità e permettere la condivisione del vostro marchio quando incoraggiate l'uso dei vostri hashtag.
- Sapevate che quando un utente mette un "Mi piace" su una foto su Instagram l'aggiornamento appare tra le notizie su Facebook?

E sapevate che se uno dei loro amici clicca sulla foto che ha ricevuto il "Mi piace" viene reindirizzato immediatamente alla foto su Instagram e può vedere tutti i commenti ed il vostro hashtag? Possono anche condividere la foto direttamente da lì, per assicurare una rapida diffusione.



è un social network interessante, perchè offre agli utilizzatori la possibilità di fare web marketing e trarre profitto dal continuo aumento di interesse nei suoi confronti, attraverso la condivisione di immagini e video.

Un buon metodo per promuovere il vostro account su Pinterest, per incrementare la popolarità del vostro brand e relativi prodotti, è interagire con gli utenti della piattaforma utilizzando al meglio le seguenti tecniche:

Repin

Qualsiasi Repin su Pinterest vi darà l'opportunità di ottenere del traffico. Su Pinterest quando fate il Repin di un'immagine pubblicata da un altro utente, questo utente riceverà una notifica via email. Con un po' di fortuna, l'utente seguirà il link che lo indirizzerà al vostro account per vedere dove è stata condivisa la sua immagine. Ovviamente avrete bisogno di creare delle bacheche che siano interessanti per il vostro nuovo visitatore, così che anche lui sia spinto a fare clic sul link del sito che state promuovendo.

Commenti

Commentare su Pinterest è un sistema che può aiutarvi a ottenere del traffico. Quando posizionate il cursore su una foto pubblicata vedrete la scheda "Commento", la scheda "Repin", e la scheda "Mi Piace". Se scriverete un commento, questo rimarrà associato all'immagine, in questo modo potreste catturare l'attenzione di altri utenti e indirizzare il traffico verso una determinata pagina. Inoltre, Pinterest informerà la persona che ha pubblicato l'immagine della presenza del vostro commento e invierà all'utente un link per rispondere, il che vi darà una ulteriore possibilità di ottenere del traffico.

Seguire altri account

Seguendo altre persone su Pinterest avrete sicuramente la possibilità di ottenere più traffico. Ogni persona che seguite riceverà una email di notifica che la informerà del fatto che la state seguendo e le consentirà di sapere se vi sta già seguendo o, in caso contrario, su quale link cliccare per iniziare a seguire il vostro account. Così ogni persona che seguite rappresenta una possibilità di connettersi con qualcuno di nuovo e indirizzare traffico verso le pagine e i siti che volete promuovere.

Il pulsante "mi piace" non è stato incluso nelle principali strategie di web marketing su Pinterest perché ha un valore minore. E' vero che il "mi piace" mostra interesse ma, anche se viene notificato all'utente, questo non ha la possibilità di vedere a chi piace il suo contenuto. Può essere utile, ma non tanto quanto le altre tecniche per aumentare la vostra

popolarità. In ogni caso avrete aiutato il Pinner (cioè la persona che ha pubblicato il contenuto) a farsi notare.

Sicuramente il marketing su Pinterest cambierà con la crescita di questo social, potreste essere in grado di indirizzare il vostro messaggio agli utenti in maniera ancora più semplice, oppure i link potrebbero diventare più difficili da diffondere.



Di recente Google Plus, il social network di Google, è stato oggetto di un profondo restyling grafico che ha reso la piattaforma ancora più facile da usare.

La portata di queste modifiche, che sono andate a toccare gli ambiti in cui la concorrenza (Facebook) mostrava da sempre delle lacune, fanno pensare che è giunto il momento per le aziende di dedicare maggiore attenzione a Google Plus.

Ma come iniziare a pianificare la propria presenza su Google Plus?

Creare la pagina

Per poter creare una pagina aziendale su Google Plus occorre essere già iscritti con un account personale. Una volta loggati è possibile iniziare a creare la propria pagina aziendale.

Occorre innanzitutto selezionare la tipologia di attività per la quale vogliamo creare la pagina, e inserire poi tutte le informazioni generiche e di contatto relative alla nostra azienda. Infine, sarà opportuno completare la scheda "Informazioni" con una descrizione dell'azienda e con le informazioni di contatto necessarie, cercando di utilizzare le parole chiave specifiche del proprio settore.

Collegare pagina e sito web

Una volta pubblicata la pagina e compilate tutte le sue parti, dovremo implementare alcuni accorgimenti che ci permetteranno di aumentarne l'autorevolezza, conferendole maggiore visibilità sia nel motore di ricerca interno alla piattaforma, sia nelle pagine dei risultati di Google. Collegare la pagina aziendale con il proprio sito web consente a Google di avere un'idea più chiara di quali siano i contenuti e gli argomenti trattati, conferendo al sito web (e alla pagina) maggiore pertinenza rispetto a ricerche che lo riguardano.

Ottimizzare il sito

Per una migliore integrazione tra il sito web e la propria pagina Google+, ci sono altri strumenti che Google mette a disposizione. Questi "bottoni" permettono agli utenti di condividere determinati contenuti (ad esempio gli articoli del blog aziendale, o della sezione "news") direttamente nel social network, dando loro visibilità e generando ulteriore traffico di ritorno verso il sito.

Gestire il proprio pubblico

Una volta creata e verificata la pagina e inseriti gli eventuali bottoni di condivisione nel sito, si è pronti per iniziare a postare dei contenuti, avendo cura di gestire in maniera mirata la propria audience. La gestione del pubblico in Google Plus avviene attraverso le "cerchie": contenitori personalizzabili (ad es. "clienti", "fornitori" etc.) in cui inserire tutte le persone con cui vogliamo condividere qualcosa, o seguirne gli aggiornamenti. Da tenere a mente è il fatto che con un profilo aziendale non è possibile aggiungere un contatto alle proprie cerchie (e quindi iniziare a condividere direttamente contenuti) prima che non sia stato lui stesso a farlo.

A livello operativo, ecco alcune strategie da seguire

- controllare le notifiche, e rispondere alle discussioni che riguardano il brand o i contenuti postati;

- effettuare ricerche periodiche relative al nome del brand o a parole chiave specifiche, e inserirsi attivamente nelle conversazioni;
- utilizzare la funzione "eco" nei propri post per scoprire gli utenti che hanno più influenza nel condividere i nostri contenuti;
- menzionare ("+nomeutente") altri brand o profili nei propri post;

Speriamo che questa vi sia stata d'aiuto nel comprendere al meglio i meccanismi del marketing utilizzando i social media e la pubblicità che essi comportano.

the end

Immagini da:

Google, Pinterest

GUIDA A CURA DI:

Adriana Bisirri

Marinella Guido

Giulio Murino