

Mirko Lanfranchi

SOCIAL MARKETING STRATEGICO

Come far Esplodere il tuo Business
Sfruttando la Potenza
dei Social Media più Usati



By Mirko Lanfranchi

www.senontifasorriderecambialo.it

Disclaimer

Questo e-book è stato scritto per fornire informazioni sul marketing su Internet. È stato fatto ogni sforzo per rendere questo ebook il più completo e accurato possibile. Tuttavia, potrebbero esserci errori nella tipografia o nel contenuto. Inoltre, questo e-book fornisce informazioni solo fino alla data di pubblicazione. Pertanto, questo ebook dovrebbe essere usato come guida - non come la fonte ultima.

Lo scopo di questo ebook è educare. L'autore e l'editore non garantiscono che le informazioni contenute in questo e-book siano complete e non saranno responsabili di eventuali errori od omissioni. L'autore e l'editore non avranno responsabilità nei confronti di alcuna persona o entità in relazione a perdite o danni causati o che presumibilmente possono essere causati direttamente o indirettamente da questo e-book.

Sull'AUTORE

Ciao da Mirko Lanfranchi e Benvenuto!

Ho scritto questa biografia per un'unica ragione. Quale? Semplice!

Io credo fermamente che è necessario sapere con chi lavori e con chi fai business o semplicemente conoscere la persona che stai seguendo, per capire se siamo sulla stessa lunghezza d'onda.

La prima cosa che faccio anche io è capire chi ho davanti a me per questo ora voglio spiegarti chi sono io e se sono la persona giusta da seguire.

Ascolta. La conoscenza da sola non ti aiuterà ad avere successo con il Network Marketing. Perché? Semplicemente perchè c'è davvero troppa informazione sparsa in maniera caotica lì fuori, così tanta da far andare in saturazione chiunque.

Quindi, oltre ad ottenere informazioni, è necessario che tu sia in grado di ottenere tali informazioni da una fonte affidabile. In altre parole ...

Da Qualcuno di Cui Ti Fidi!

Questo è ciò che ho scoperto quando per la prima volta mi iscrissi alle liste di un paio di esperti quando mi occupavo di uno sport poco conosciuto e praticato in Italia il golf, diversi anni fa... Dopo poco tempo ricordo iniziai a cancellarmi dalle loro news, concludendo il rapporto da prospect, semplicemente perchè non mi fidavo di ciò che loro mi dicevano. Le loro informazioni non mi convincevano. Ma il processo era destinato a ripetersi...

La stessa identica cosa accade in altre nicchie di mercato.

1 solo esperto su 100 sembrava degno della mia fiducia, perchè noti subito quando qualcuno vuole aiutarti sul serio, e fa ciò che fa perchè ama farlo, e non per i soldi.

Tutti gli altri, i restanti 99, per me, non erano niente di più che nomi sullo schermo del mio computer.

Chi erano queste persone dall'altra parte? che cosa avevano rappresentato? E perchè erano li? Qual era la loro storia?

Tenendo presente questo, lascia che condivida con te qualcosa in più di me, in questo modo non sarò solo un altro nome sullo schermo del tuo computer.

Perchè lo faccio? Perchè sento sul serio di avere accumulato parecchia esperienza sul campo e ho intenzione di mettere a tua disposizione diverse strategie che potrebbero facilmente cambiare la tua vita.

Ho intenzione di far del mio meglio affinché tu ne tragga giovamento, affinché tu legga i miei messaggi e impari queste strategie... e soprattutto, molto più importante, affinché tu

Le Metta In Pratica!

Abito in provincia di Brescia convivo con la mia compagna Francesca, sua figlia Flavia e sono papà di uno splendido bambino speciale che si chiama Davide.

Sono una persona positiva che pensa che ogni giorno sia ricco di nuove opportunità, inoltre mi piace molto lo sport e da buon sportivo sono una persona determinata e disciplinata che sa quello che vuole.

Io vengo dal mondo del lavoro dipendente e dato che svolgevo un lavoro con stipendio fisso e contratto a tempo indeterminato.

inizialmente non volevo sentirme di svolgere un'altra attività perché mi sembrava di stare bene come ero con il mio lavoro che avevo scelto io...

Però, mentre svolgevo la mia professione, che mi impegnava dalle 10 alle 12 ore al giorno per sei giorni la settimana, festivi e week end inclusi, mi sono reso conto che questo mi portava via la mia libertà ero incatenato al posto di lavoro e non ero gratificato per quello che facevo. Mi ero reso conto che ero alla fine impegnato tante ore per far felice il mio datore di lavoro, questo mi mi sentivo soffocare, sentivo che non potevo controllare la mia vita che tra l'altro non migliorava né in termini di guadagno né in termini di qualità...

Tra l'altro andare tutti i giorni al lavoro era diventata un'agonia perché avevo capito che quello che stavo facendo non mi portava da nessuna parte e che la mia vita sarebbe diventata una routine fino alla pensione (se mai ci sarei arrivato...).

Avrei dovuto infatti lavorare quarant'anni per ambire ad una pensione da fame che non mi avrebbe senz'altro cambiato la vita.

Poi un giorno ho riscoperto il Network Marketing e la grande opportunità che da a tutte le persone di costruirsi, senza rischio e senza investimento, un reddito che cresce mese dopo mese ed anno dopo anno e di raggiungere la propria indipendenza economica.

... A dire la verità la mia prima esperienza di network risale al 1995 quando all'età di 18 anni volevo crearmi un'entrata per pagarmi gli studi, ma purtroppo in quel momento non avevo la mentalità giusta per poter intraprendere questo business e così come ci sono entrato altrettanto velocemente mi sono fermato...

Ma è stato il 2004 il vero anno della svolta, perché da quel momento ho deciso di dedicarmi a qualcosa che mi avrebbe consentito di realizzare i miei obiettivi e non quelli del mio datore di lavoro, che mi avrebbe dato più tempo per me e più guadagno.

Decisi insomma di impegnarmi un po' di tempo per smetterla di stare a galla e di migliorare la mia vita costruendo qualche cosa di mio che nessuno mi avrebbe più potuto portare via (nemmeno la crisi!)

Mi sono applicato, ho studiato le giuste metodologie, mi sono dato da fare ed ho superato i momenti "no", sono sempre andato avanti per la mia strada finché sono riuscito a svoltare. Inoltre avevo anche assistito prima alla bancarotta di mia mamma che aveva perso tutti i soldi che aveva investito con tanti sacrifici in attività tradizionali e poi alla sua rinascita grazie a questa opportunità di business che ti sto spiegando.

Così abbandonate tutte le attività tradizionali, svolgo questa professione a tempo pieno da cinque anni e con impegno e dedizione ho ottenuto grandissime soddisfazioni personali, sono padrone della mia vita, posso stare con la mia famiglia quando voglio perché posso gestire il mio tempo.

Ho la possibilità di pianificare quanto voglio guadagnare, viaggio pagato dall'azienda due volte all'anno in tutto il mondo e inoltre l'azienda mi dà un bonus per potermi pagare l'auto dei miei sogni, il mio lavoro è diventato il mio stile di vita perché mi segue ovunque vado.

Ho potuto realizzare uno dei miei sogni più importanti e cioè quello di poter aiutare tante persone a migliorare il proprio stile di vita, posso contribuire a dare il mio supporto a chi mi dà fiducia per consentirgli di realizzare i propri sogni, come puoi vedere dalle [testimonianze di chi ha scelto di collaborare con me](#).

E' stato un viaggio che mi ha cambiato totalmente

Mi ha fatto diventare una persona migliore. Ho superato i miei timori, le mie paure, le mie debolezze lungo il percorso, e così ora sono più fiducioso in me stesso. Ho anche imparato a gestire il fallimento, e oggi se prendo una decisione, quasi sempre so in anticipo se ha possibilità di funzionare o se è una perdita di tempo.

Soprattutto, ho imparato ad aiutare gli altri!

Alcune persone sono convinte che il network marketing non funzioni che serva solo per manipolare le masse. Credono che sia uno sporco strumento di cui pochi "eletti" guadagnano sulle spalle degli altri in un modo oscuro...

Ma questi pensieri sono solo frutto di mancanza di informazione. Le persone non sanno che vengono tenute nell'ignoranza di proposito. Non sanno che vengono educate a disprezzare il network marketing. Non capiscono che sono vittima dell'ignoranza collettiva.

Esiste indubbiamente un tipo di network marketing scorretto. Quello che io definisco il Marketing del Male.

Tuttavia questo non significa che lo strumento sia sbagliato o cattivo.

Quello che bisogna capire è che la ricchezza e la prosperità sono legate a un principio di abbondanza. Ora, sulla base di questo principio, il male non sta tanto nello strumento in sé, quanto nell'uso che se ne fa.

Certo, forse a molti potrebbe non piacere, forse è uno strumento "troppo ostico, troppo tecnico, diverso dal solito, fuori dagli schemi", ma dobbiamo imparare a usarlo se vogliamo migliorare la nostra vita.

Non abbiamo scelta.

Perchè senza questa conoscenza faremo in modo che chi “sa” (di marketing e di economia) ci annienti.

Questa è la dura verità.

Oggi non è più un mistero che i cosiddetti organi ufficiali di “cultura” stanno solo creando i nuovi “schiavi” del domani, i nuovi poveri. Purtroppo siamo tutti parte di questo gioco, e nessuno può escludersi. Se ti escludi sei finito.

Perchè le miserie a cui assistiamo oggi nel mondo, con la crisi, sono semplicemente il frutto dell’ignoranza.

Se ti escludi allora farai il gioco dei media, che promuovono l’ignoranza divulgata nelle TV come “cultura”.

Vuoi essere il loro schiavo ubbidiente e silente?

Ricorda... abbiamo sempre una scelta. Il semplice decidere di “agire per cambiare le cose” è l’inizio.

Infatti, tieni a mente questo...

Ci sono sempre quelli (la gran parte) che vedono solo un lato della medaglia, bella o brutta che sia. E poi ci sono quelli che vedono entrambi i lati.

Ora se tu vuoi liberarti devi conoscere entrambe le facce, se invece vedrai sempre e solo una faccia, allora non potrai MAI combattere quello che ti sta distruggendo alla radice

Nel corso della mia vita ho fatto il cassiere, il barista, il cameriere, il direttore, ho gestito un negozio, ho fatto l’agente immobiliare, ma nessuno è mai venuto da me a dirmi; “Hey Mirko! il modo in cui mi hai venduto quell’articolo ha cambiato la mia vita...”.

Mai!

Invece molte persone con cui sono entrato in contatto e che sono entrate in partnership con me o che hanno acquistato i miei prodotti mi hanno scritto, dicendomi che il business che gli ho insegnato e le informazioni che hanno trovato dentro i miei prodotti hanno cambiato la loro vita, e che le hanno rese persone migliori.

Per cui ti dico questo: oggi so che questo viaggio mi sta conducendo verso la mia meta, verso un modo di essere perfettamente congruente con ciò che sono e ciò che voglio. E sono convinto che chiunque debba seguire questa traccia dentro se... ad ogni costo!

Anche se le difficoltà iniziali sembrano insormontabili, anche se le persone penseranno che sei pazzo... ne vale sempre la pena. Credimi il gioco vale lo sforzo!

E se me lo chiedi, se io dovessi rifare tutto da capo, rifarei tutto nella stessa identica maniera ***Non lo dico per vantarmi ma per farti capire che se ce l'ho fatta io allora puoi fare lo stesso anche tu!***

Questo sito è frutto della mia esperienza di più di dieci anni e se vorrai seguirmi anche tu riceverai tutte le informazioni che stai cercando, che ti consentono di ottenere le giuste strategie per avviare la tua attività imprenditoriale senza rischio, senza costi fissi e con tassazione ultra agevolata, che ti consente di raggiungere il tuo cambiamento in termini economici e di stile di vita.

Mi piacerebbe molto poter contribuire a migliorare la qualità della tua vita così come ho già fatto per me stesso e per tante altre persone che hanno deciso di seguire i miei consigli.

Infatti, se avrai voglia di darti da fare per raggiungere i tuoi obiettivi (non quelli degli altri) e sei una persona etica e ambiziosa, così come è successo a me, posso farti conoscere ed insegnarti un'opportunità di lavoro imprenditoriale serio, meritocratico, remunerativo e senza rischio.

Che si basa su due principi molto potenti: il passaparola e l'aiuto del prossimo.

Un'attività che ha moltissimi aspetti positivi e nessun lato negativo e che se vorrai continuare a seguirmi potrai rendertene conto anche tu!

Si perché per migliorare la propria situazione finanziaria e di qualità della vita non è necessario andare all'università o avere tanti soldi da investire, è sufficiente cambiare il proprio modo di vedere le cose e capire che al giorno d'oggi esistono metodi di lavoro più intelligenti che danno dei risultati straordinari.

Si tratta solo di avere l'apertura mentale sufficiente per darsi un po' di tempo di imparare qualcosa di nuovo e metterlo in pratica.

Ora il mio obiettivo è aiutare sempre più persone a diventare imprenditori a rischio zero e per questo ho inventato un semplice sistema di lavoro on-line da affiancare con la tradizionale attività off-line che tutti possono applicare anche se non sanno nemmeno accendere un PC.

Il mio lavoro è quello di condividere le mie strategie ed il mio metodo con le persone per aiutarle ad avere successo ed a sviluppare un'attività redditizia nel minore tempo possibile che consenta di

Lavorare di Meno e Guadagnare di Più

UN'ATTIVITÀ CHE PUOI SCEGLIERE DI SVOLGERE SIA IN MODO TRADIZIONALE, OPPURE ON LINE, CHE SI ADATTA A CHI SEI TU E ALLE TUE ABILITÀ, MA DOVE PUOI AVERE SUCCESSO ANCHE SE NON HAI NESSUN TIPO DI ESPERIENZA.

Per questo ho anche scritto il LIBRO [“Networker Superstar”](#) dove ho condensato tutti i miei anni di esperienza nel Network Marketing che ti dà strumenti tecniche e strategie per sviluppare il tuo business da casa.

Qui trovi informazioni apprese dopo tanta ricerca, studio e pratica sul campo, oltre 250 pagine di materiale, una quantità di informazioni che se le applicherai tutte potrai diventare un Networker Professionista e dare una svolta definitiva alla tua vita...

Il mio scopo e' proprio quello di poterti aiutare a capire la grandezza e l'importanza del Network Marketing affinché anche tu ne possa trarre grandi benefici così come ho fatto io e migliorare il tuo stile di vita per sempre!

Seguimi così capirai che anche tu ce la puoi fare, potrai renderti conto che dentro di te c'è una potenzialità infinita e che una volta che ne sarai consapevole niente e nessuno ti potrà più fermare e riuscirai a creare la vita dei tuoi sogni!

Al tuo Successo!

[Mirko Lanfranchi](#)



Tavola dei Contenuti

Introduzione.....	12
Il tuo business è social abbastanza?	12
Scopri il "Pacco da 5 Social"	12
Prendi le redini della tua presenza on line	13
Capitolo 1: Capire il valore della viralità dei social e cosa può fare per il tuo business	14
I Social Media Spiegati in Italiano semplice.....	14
Il nuovo approccio al marchio e alla comunicazione: passaggio attraverso il marketing	14
Come comprendere l'Ecosistema dei Social Media	15
Convertire Leads in Vendite: Il ROI dei Social Media	16
Passo 1: Il Lancio	16
Passo 2: Gestione.....	16
Passo 3: Ottimizzazione	16
Capitolo 2: Sviluppo di un piano di social media marketing vincente	18
I social media sono improntati sulla costruzione di relazioni.....	18
7 Passi essenziali per creare una Strategia Social di Successo	18
Primo, Un Importante Prerequisito	19
Le Regole d'Oro dei Social Media	20
Capitolo 3: Impostare e Gestire una Pagina Facebook che funzioni.....	23
Che cosa è?	23
Perchè usarla?.....	23
Impostazioni.....	24
Configurare e Ottimizzare.....	24
Coinvolgi i tuoi clienti	25
Promuovi il Tuo Business	26
Distinguiti dalla massa	26
Altri suggerimenti su come promuovere la tua pagina Facebook.....	26
Capitolo 4: Cinguetta il tuo messaggio per il dominio online.....	28
Comprendere il Fenomeno Twitter	28
Perchè Usarlo?.....	28
Come creare e attrarre Follower	29

Iniziamo.....	30
Che cosa Twittare	30
Altri consigli pratici	31
Consigli potenti	31
Capitolo 5: Costruisci il tuo network con LinkedIn	32
Che cosa è LinkedIn?.....	32
Perchè usarlo?	32
Primi passi con LinkedIn	33
Personalizzare il tuo Account	33
Come ottenere il massimo dalle tue connessioni LinkedIn	35
Capitolo 6: Espandere le tue cerchie con Google +	36
Che cosa è Google+?.....	36
Perchè usarlo?	36
Primi passi.....	37
Capitolo 7: Affascina il tuo pubblico con YouTube	39
Che cosa è YouTube?	39
Perchè usarlo?	39
Leadership e Esperienza	40
Marketing e Pubblicità.....	40
Servizio Clienti.....	40
Come massimizzare YouTube per il tuo Business.....	40
Ottimizzare i video di Your YouTube	41
Conclusioni e per proseguire	41

Introduzione

Il mondo dei consumatori oggi sta cambiando rapidamente. L'era del consumismo passivo è ormai lontana, ora i consumatori vogliono esprimere la propria opinione su ogni prodotto e servizio in cui investono. E con la concorrenza spietata, le aziende cercano continuamente modi per avere maggiore leva attraverso l'innovazione. Con la nascita di un intero nuovo universo di social media, le aziende giocano un gioco completamente diverso.

Il Tuo Business è Social Abbastanza?

Oggi le piattaforme di social media hanno invaso e preso coscienza pubblica. Sono diventate una parte importante della routine quotidiana e uno strumento di comunicazione indispensabile per le persone che si connettono e restano in contatto. I consumatori hanno utilizzato la presenza sui social media come una delle basi fondamentali della legittimità, affidabilità e redditività di un'azienda. Le aziende oggi vengono giudicate in base ai loro profili Facebook o LinkedIn e i consumatori si aspettano che le aziende rispondano alle preoccupazioni e alle domande che hanno twittato entro il giorno o entro un'ora.

Basti pensare che i social media sono riusciti a sottrarre la forza ai metodi di marketing tradizionali. Le moderne strategie di marketing oggi hanno un mix di tattiche dei social media come componente integrante per raggiungere gli obiettivi di business.

Scopri il “Pacco da 5 Social”

Le aziende altamente competitive hanno intrapreso un percorso aggressivo e hanno perseguito attivamente il "Social 5-Pack", composto da: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn e YouTube. Ciò è in linea con l'obiettivo di coinvolgere il loro mercato di riferimento e la base di clienti esistenti al fine di riempire la parte superiore della canalizzazione di vendita e comprendere le preferenze e i comportamenti prevalenti dei consumatori per garantire la fedeltà alla marca.

Tuttavia, la registrazione e la gestione di più account su tutti i siti di social network non è così semplice come sembra. Saltarci dentro destra senza una conoscenza approfondita del processo dei social media, può rivelarsi potenzialmente dannoso per un'azienda, che può portare a esporre la sua presenza online a gravi rischi e portarla verso una direzione improduttiva.

Prendi le Redini della Tua Presenza On Line

Dato il potere dei social media, è estremamente importante che le aziende lavorino attraverso le loro strategie e sviluppino processi che portino a scalabilità, efficienza e impegno sociale di successo. Questo eBook ti fornisce tutte le informazioni necessarie per comprendere il pieno potenziale dei social media e come la tua azienda, può sfruttare il suo potere latente in modo da poter prendere decisioni più intelligenti, su come la tua organizzazione può incorporarla efficacemente nel marketing e nelle comunicazioni della tua azienda.

Se vuoi far progredire la tua attività, devi assicurarti che rimanga sociale, attuale e pertinente nella coscienza dei consumatori. Scopri come i social media possono diventare il tuo cavallo di battaglia di marketing più efficace e influente. Questo eBook ti fornirà tutte le informazioni importanti su come iniziare e come utilizzare i social media a tuo vantaggio e raccogliere i suoi premi a lungo termine.



Capitolo 1: Capire Il Valore della Viralità dei Social e cosa può fare per il tuo Business

In questi giorni, i social media sono la parola d'ordine nel marketing e una tendenza globale che ha conquistato tutti di qualsiasi età in uno, due e forse anche diversi siti di social media. Tutti sono sui social, in una forma o nell'altra. Ma cosa sono esattamente?

Social Media Spiegati in Italiano Semplice

Il termine social media è stato trascurato incautamente e utilizzato troppo spesso nel marketing online. Ma di cosa si tratta veramente? In sostanza, i social media incorporano l'uso di tecnologie e metodi online che consentono alle persone di condividere opinioni personali, contenuti e scambiare intuizioni e prospettive con il resto del mondo.

I contenuti dei social media possono assumere forme diverse:

- Testo: spesso utilizzato per scrivere o inserire opinioni o post personali
- Immagini: le foto vengono utilizzate per visualizzare qualsiasi cosa di interesse
- Audio: i podcast possono essere creati da altri utenti per il download
- Video: i contenuti video possono essere condivisi per coinvolgere, intrattenere o educare

I siti di social media più popolari al momento sono:

- Social Networking: Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+
- Informazioni: Wikipedia
- Condivisione video: YouTube
- Condivisione di foto: Instagram, Pinterest, Flickr
- Aggregazione di notizie: Digg, Reddit
- Gioco online: World of Warcraft

Il nuovo approccio al marchio e alla comunicazione: il passaggio attraverso il marketing

I social media hanno aperto la strada a un canale di comunicazione più potente affinché le aziende pubblicino i loro messaggi di marketing, il tutto senza costi esorbitanti. Mentre tutti sappiamo che i social network sono generalmente utilizzati dalle aziende per coinvolgere il loro mercato di riferimento e studiare le preferenze e i comportamenti dei consumatori, la

verità è che ha altre caratteristiche altrettanto potenti che puoi incorporare nella tua strategia di marketing, con un profitto molto gratificante.

Qui ci sono altre aree nella tua attività che puoi applicare ai social media per avere successo:

- **Servizio clienti:** un esempio ideale è Best Buy. Con Twelpforce, i dipendenti hanno il potere di fornire assistenza tempestiva su problemi e richieste. La capacità di rispondere e reagire rapidamente è critica nel mercato odierno, specialmente nell'influenzare e cambiare le percezioni. Anche se una preoccupazione non è stata risolta immediatamente, i clienti sentiranno che i loro problemi sono stati riconosciuti e gli hanno prestato attenzione in modo tempestivo.
- **Comunicazione interna e collaborazione** - Le organizzazioni di piccole e grandi dimensioni possono trarre grandi vantaggi dai social media, in termini di condivisione di file, editing collaborativo e condivisione delle conoscenze.
- **Reclutamento e retention** - Molti dipendenti oggi decidono se vogliono far parte di un'organizzazione o meno sulla base di informazioni derivate dai social network. Può anche essere un potente strumento nell'acquisizione di canali social che esistono attraverso reti professionali.

Comprendere l'Ecosistema dei Social Media

Per utilizzare efficacemente i social media a proprio vantaggio, è importante prendere tempo e imparare come funziona l'ecosistema e le abitudini emergenti dei "consumatori sociali". Considerare ogni sito di social networking come una città e l'ecosistema riguarda fondamentalmente l'infrastruttura di quella città.

La tua conoscenza dell'ecosistema ti fornirà una mappa virtuale per orientarti lungo le strade e come trovare il percorso verso il collegamento con il tuo target di mercato. Secondo l'ultimo studio condotto da Chadwick Martin Bailey, i consumatori che sono sia seguaci di Twitter che fan di Facebook di un certo marchio non solo consiglieranno i prodotti o servizi, ma comprenderanno anche da quei marchi. Nello stesso studio, i consumatori rivelano che i marchi che non utilizzano i social media sono percepiti come "fuori dal mondo" e obsoleti.

Quindi l'idea principale qui è focalizzare i tuoi sforzi sui social media sui potenti utenti che comandano l'influenza all'interno dei loro social network. Tuttavia, è anche importante notare che il collegamento con utenti medi e sporadici aiuterà anche la tua azienda a guadagnare riprova e fiducia sociale.

Convertire Leads in Vendite: Il ROI dei Social Media

Come in ogni impresa, naturalmente vuoi avere una buona idea sul ritorno del tuo investimento nei social media e non semplicemente entrarci dentro solo perché è una cosa che fanno tutti. Il ciclo di ROI (Ritorno Sull'Investimento) dei social media può essere suddiviso in 3 fasi.

Fase 1: Il Lancio

A questo punto, il 100% del tuo focus è sulla creazione di account sui 5 social pack: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn e YouTube. Mentre ci sono un certo numero di altri siti popolari di social networking, questi 5 sono considerati i più importanti. Semplicemente non puoi permetterti di non avere presenza su tutte e 5 le piattaforme. La fase di lancio è più di una semplice esecuzione con l'obiettivo principale di iniziare. Ecco i dettagli di questo stage:

Approccio: Semplice Esecuzione

Obiettivo: presenza sui social media

Focus: a breve termine

Risultati: trascurabili

A questo punto, ancora non puoi aspettarti alcun impatto significativo o ottenere dei risultati.

Fase 2: Gestione

In questa fase, circa il 60% degli sforzi della tua azienda saranno focalizzati sullo sviluppo dei 5 siti di social media. Circa il 10% del focus è rivolto all'offerta di creatività e brand e il 20% all'impostazione di metriche quantitative come link in entrata, traffico, "mi piace" di Facebook, ecc. Il restante 10% sarà focalizzato su metriche qualitative come i risultati del sondaggio, raggruppa e studia il sentimento del marchio.

Approccio: Tattico

Obiettivo: Ingaggio dei Clienti

Focus: Medio Termine

Risultati: Aumento del Traffico

Fase 3: Ottimizzazione

Durante la fase di ottimizzazione, il 25% del focus si concentra su una maggiore leva su tutte e 5 le piattaforme di social media, e il 30% verrà distribuito allo sviluppo di offerte creative e di brand, così come le metriche quantitative e qualitative. L'altro 25% del focus sarà indirizzato a

migliorare il tasso di conversione e l'ottimizzazione delle campagne. Il restante 20% verrà utilizzato per misurare il successo della campagna che sarà la base del ROI.

Approccio: Strategico
Obiettivo: Social Media ROI
Focus: Lungo Termine
Risultati: Aumento delle entrate

Nonostante ciò che molti esperti sociali affermano, cioè che il ROI dei social media non può essere misurato, esiste in realtà un modo per misurarlo. Questo processo richiederà una migliore comprensione del valore della vita del cliente (CLV) o delle entrate medie generate da un cliente durante l'intero periodo di coinvolgimento con i tuoi prodotti e servizi. Questa cifra verrà utilizzata per confrontare i risultati che sono stati generati sulla tua campagna nei social media.

Per Esempio:

Se un cliente tipico spende circa € 10 al mese per un determinato prodotto ed è stato un fedele sostenitore di una determinata marca per circa 3 anni, ciò equivale al valore medio della vita del cliente di € 360,00.

La maggior parte delle aziende è disposta a spendere circa il 10% del proprio CLV per l'acquisizione di nuovi clienti. Ciò significa che sono disposti a spendere \$ 36 per acquisire un nuovo cliente che dovrebbe spendere \$ 360 per tutto il suo impegno con il marchio.

Quindi se i tuoi sforzi sui social media ti costeranno € 36.000 per un anno intero e la tua campagna sarà in grado di generare 1.000 nuovi clienti ogni anno, allora avrai sicuramente un chiaro metodo vincente nelle tue mani.



Capitolo 2: Sviluppare un Social Media Marketing Plan di Successo

Innanzitutto, ecco un rapido sguardo su alcune statistiche rilevanti dei social media:

1. **Facebook** – Secondo ExactTarget, la ragione principale per cui alle persone "PIACE" una pagina di Facebook è quello di stabilire un rapporto di vendita con un marchio specifico, attraverso le seguenti azioni: per ricevere promozioni e coupon (40%), ottenere aggiornamenti istantanei sulle vendite imminenti (30%) e per mostrare supporto per determinati marchi o aziende (30%)
- **Twitter** - Secondo Edison Research, il 40% del tempo totale in cui le persone sono su Twitter sono spesi nell'apprendimento di determinati prodotti e servizi o nella lettura / riscontro di ciò che gli altri hanno da dire su di loro, oltre a condividere opinioni ed esperienze personali.

I social media si basano tutti sulla costruzione di relazioni

Poiché sempre più aziende e marchi includono prontamente le loro offerte di prodotti nell'esperienza dei social media, un numero crescente di consumatori si è fatto sempre più a proprio agio con l'idea del social commerce.

Dato il grande potenziale dei social media, è importante avere una strategia di marketing flessibile in grado di crescere e adattarsi alla tendenza in continua evoluzione. Prendendo tempo per sviluppare processi dal punto di vista aziendale e individuale, sarete in grado di sostenere attività di impegno sociale sane nel tempo. Puoi farlo creando comunità e relazioni ascoltando, rispondendo e creando valore.

7 passaggi essenziali per la creazione di una strategia social media di successo

Secondo il Social Media Marketing Report per il 2010, circa il 67% dei marketer ha attivamente aumentato e rafforzato i propri canali di social media. Mentre sempre più aziende lavorano all'integrazione dei social media nei loro piani di marketing e comunicazione aziendale, vi è un'enfasi crescente per la creazione di una strategia vincente sui social media. Senza alcuna parvenza di un piano o di una strategia, la tua presenza potrebbe anche essere inesistente o silenziosa.

Ma come si sviluppa esattamente una strategia per soddisfare al meglio il comportamento e le caratteristiche peculiari della propria nicchia? Ecco una guida in 7 passaggi per assicurarti di andare a fondo sulla tua campagna sui social media:

Primo, un requisito importante

Se stai lavorando per una grande azienda o organizzazione, prima di iniziare a formulare la tua strategia sui social media, è assolutamente fondamentale credere nel potenziale dei social media e che l'obiettivo primario non è semplicemente quello di vendere semplicemente i prodotti e servizi.

La tua azienda non dovrebbe lanciare una campagna sui social media per unirsi al carrozzone e in risposta al fatto che tutti gli altri lo stanno facendo. I social media non sono un espediente di marketing temporaneo o un progetto con una data di scadenza, ma un impegno a lungo termine con vantaggi inestimabili. È importante per le organizzazioni riconoscere che test e sperimentazione costanti sono richiesti ogni tanto per studiarne l'efficacia.

Ora che ne abbiamo parlato, ecco i 7 passaggi fondamentali per guidarti nello sviluppo della tua strategia sui social media:

1. **1. Definisci i tuoi goals e obiettivi.** Determina quali sono i tuoi obiettivi e obiettivi specifici dei social media e come integrano e supportano gli obiettivi generali dell'azienda.
2. **Ricerca, ricerca e ancora ricerca.** Non commettere l'errore di saltare semplicemente dentro con un mare di concorrenza e consumatori esigenti senza avere alcuna idea. La ricerca è molto importante come base per l'esecuzione. Ciò includerà il piano d'azione per le 5 principali piattaforme di social media. Prenditi del tempo per vedere cosa c'è là fuori, valutare la concorrenza e capire il tuo pubblico di destinazione.
3. **Preparare un database di contatti e contenuti.** Se segui correttamente la tua campagna sui social media, le relazioni sociali inizieranno a svilupparsi in modo naturale. Inizia a stabilire connessioni seguendo le conversazioni pertinenti al tuo marchio. Crea una lista che identificherà i principali fattori di influenza e gli utenti esperti che svolgono un ruolo importante nel tuo settore.
4. **Partecipa alle conversazioni per avviare lo sviluppo e il consolidamento delle relazioni.** Inizia a rispondere a domande pertinenti al tuo settore, dai la tua opinione e unisciti a una community. Questo non solo ti aiuterà ad avviare la tua rete, ma ti aiuterà anche a costruire la tua reputazione di esperto del settore e leader del pensiero.
5. **5. Rafforza le tue relazioni con i social media.** Non nascondersi dietro un avatar o un marchio, rendi nota la tua presenza partecipando a eventi che incoraggiano le interazioni faccia a faccia. Ciò include eventi offline rilevanti per il tuo settore.
6. **Prendi tempo per misurare i risultati.** Hai già stabilito i tuoi goals e obiettivi, giusto? È ugualmente importante misurare il tuo successo. Tra gli obiettivi più comuni figurano:

- Migliorare la presenza del marchio sulle piattaforme di social media
- Aumentare il traffico verso il sito web aziendale
- Aumentare il sentimento e la percezione del consumatore positivo nei confronti del marchio
- Sviluppare relazioni per potenziali opportunità di partnership in futuro

7. Analizza, Regola e Migliora. Una volta che hai misurato il tuo successo e il progresso verso il tuo obiettivo, devi analizzare e identificare le aree chiave che necessitano di miglioramenti, adattarti alle tendenze mutevoli e migliorare la tua campagna di social media. Ricorda, non è sempre una strada dritta, quindi è necessario valutare e regolare costantemente.

Le regole d'oro dei social media

I social media sono molto complessi e un mezzo in continua evoluzione. Non c'è da meravigliarsi se molte aziende lottano per capirlo e tenere il passo. Mentre un numero ha goduto di un successo quantificabile, ci sono anche molti che hanno fallito, e il resto deve ancora capire la sua strategia sui social media.

Il fallimento è spesso determinato sottovalutando l'importanza della comprensione del concetto di social media. La domanda di base è "perché le persone si impegnano in esso?" E "quali sono le regole non scritte che la governano?" Mentre è vero che i social media offrono visibilità alle aziende, molte organizzazioni non riescono a pianificare attentamente il messaggio che vogliono trasmettere, come avrebbero normalmente fatto per qualsiasi costosa campagna pubblicitaria.

Considera questo: nello studio congiunto condotto da Facebook e Nielsen nel 2010, il rapporto ha rivelato che i seguenti benchmark sono utilizzati sui social media per le imprese: brand conoscenza del marchio, richiamo dell'annuncio e intenzione di acquisto. Non sorprende notare che nello studio è stato scoperto che i social media sono stati in grado di generare risultati significativamente migliori rispetto ai tradizionali approcci e campagne di marketing.

Proprio come negli incontri, qualsiasi organizzazione ha bisogno di corteggiare, coltivare e soddisfare i bisogni della propria rete. Per aiutarti, di seguito sono elencate le seguenti regole che si applicano a qualsiasi tipo di utente di social media, individuale, aziendale o no profit. Se vuoi seriamente sfruttare una piattaforma potente per spingere la tua attività, acquisire nuovi clienti, aumentare le vendite e aumentare la consapevolezza del marchio, ecco le regole d'oro che devi ricordare e rispettare:

I social media sono interamente basati sulla costruzione di relazioni, non su transazioni commerciali. Qualsiasi tentativo di vendere apertamente un determinato prodotto o servizio può facilmente danneggiare la tua presenza online. I consumatori non devono più pensare alle scuse e trovare un educato "no" a un persuasivo addetto alle vendite, tutto

quello che devono fare è cliccare sul pulsante "non seguire". Non fare l'errore di usare un autorisponditore per ringraziare le persone che hanno deciso di seguirti su Twitter.

Le organizzazioni più grandi devono assegnare un esperto di social media dedicato. Non commettere l'errore di assegnare a chiunque di gestire la tua campagna sui social media. La persona deve essere qualificata e lavorare in modo indipendente come evangelista dei social media e riferire direttamente ai massimi dirigenti.

Le organizzazioni dovrebbero concentrarsi sulla coltivazione dell'interazione e non sulle cifre. Il numero di follower, Mi piace e la dimensione della rete non deve essere considerato un indicatore di prestazione. C'è un maggiore valore nel mantenere una rete più piccola con interazioni regolari e impegni attivi.

Definisci il tuo pubblico di destinazione e identifica un'area specifica di competenza. Non cercare di soddisfare tutti essendo tutto per tutte le persone. Se sei veramente desideroso di raggiungere utenti esperti, utenti attivi e influencer, i tuoi contenuti dovrebbero essere progettati attorno al tuo mercato.

Il contenuto regna ancora sovrano nei social media. Come già affermato, i social media non sono un luogo in cui pubblicare i tuoi lanci di vendite pluripremiati. I post dovrebbero essere chiari e concisi, non emotivi o impulsivi. Dovrebbe essere costruito con cura e sempre politicamente corretto. I post di Twitter, in particolare, dovrebbero essere privi di espedienti o stringhe nascoste, ma fornire invece informazioni, risorse gratuite e migliori pratiche.

Gli aggiornamenti dovrebbero essere frequenti e consistenti. Le campagne sui social media sono sforzi a lungo termine e continuativi e funzionano come parte integrante della presenza online dell'azienda. Non è un lavoro dalle 8 alle 5 nei giorni feriali. Generalmente è meglio che i post e gli aggiornamenti sino pubblicati ogni giorno, non più di 7 o 9 volte.

Le piattaforme social dovrebbero essere coerenti. Tutti i flussi di social media e gli account devono essere allineati a tutte le pagine del sito Web, includere tutti i pulsanti "mi piace", "seguì" e "tweet".

I profili social DEVONO essere impeccabili. I profili sono la prima e più vista pagina nelle piattaforme di social media. Ma troppo spesso, è l'aspetto più ignorato. Tutti gli elementi, inclusi lo sfondo, le immagini e i messaggi devono essere coerenti con l'immagine e il marchio che si vuole comunicare.

Capitolo 3: Imposta e gestisci una pagina Facebook che funzioni

Facebook è forse il fenomeno globale più famoso che continua a crescere esponenzialmente dal suo lancio. Originariamente progettato per studenti universitari, non abbiamo bisogno di statistiche per dimostrare che Facebook ha fatto passi da gigante oltre il suo uso originale. Nel tempo, è riconosciuto come un mezzo di rete estremamente potente per le imprese.

Che Cosa è?

Facebook è un tipo di servizio di social network lanciato nel febbraio 2004, ed è di proprietà privata e gestito da Facebook, Inc. Rapporti recenti affermano che, Facebook ha raggiunto un sorprendente miliardo e 200 milioni di utenti attivi. Per utilizzare i suoi servizi, gli utenti devono registrarsi e creare profili, scambiare messaggi, postare stati, caricare foto, chattare con gli amici e molto altro ancora. Da semplice social media si è evoluto in un sito di networking professionale molto popolare.

Perché Usarlo?

- **Ottima esposizione.** Con milioni di utenti, Facebook offre un potenziale di esposizione senza rivali. Se utilizzato in modo strategico e coerente, Facebook può contribuire al significativo aumento della presenza e della visibilità online della tua azienda. Pubblica commenti, fornisci approfondimenti, consigli e suggerimenti per guadagnare rispetto e credibilità nella tua rete e, infine, guadagna leva.
- **Migliora Google Rank.** Con l'applicazione "Pagine" di Facebook, puoi creare un profilo professionale per prodotti, servizi e affari. All'interno di queste pagine, viene fornita l'opzione per includere collegamenti al sito Web e pulsanti "Mi piace". Questo aiuta a indirizzare il traffico verso il tuo sito web e generare più interesse.
- **Potente piattaforma di marketing gratuita.** L'uso di Facebook, come già sai, è assolutamente gratuito. Ti consente di raggiungere centinaia, persino migliaia di persone con una serie di applicazioni e strumenti user-friendly che puoi utilizzare per commercializzare prodotti e servizi.
- **Spazio AD mirato.** Per motivi di ragionevolezza, puoi anche creare annunci e indirizzarli verso il sesso, la posizione e il gruppo di età specifici, nonché monitorare le sue prestazioni.
- **Fornire aggiornamenti regolari.** Facebook ti offre un modo conveniente per aggiornare la tua rete su nuovi prodotti, promozioni e informazioni generali sulla tua azienda per rimanere aggiornato e pertinente nella mente del tuo mercato.

- **Facilita le discussioni online per ottenere input di valore.** Utilizzare i newsgroup e le reti come sede per discutere e rispondere a commenti e richieste. Può anche essere un'ottima fonte di feedback costruttivo per aiutarti a migliorare i tuoi prodotti o servizi.
- **Resta connesso e coltiva le relazioni.** Fornisci regolarmente informazioni utili ai tuoi fan e alla tua rete. Ciò include video di istruzioni utili e altri contenuti pertinenti di cui il tuo mercato può godere.
- **Migliorare il servizio clienti.** I consumatori in questi giorni preferiscono la risposta in tempo reale a domande e dubbi. La pagina Facebook della tua attività offre un'opzione conveniente e accessibile per il tuo mercato.

Impostazioni

La creazione di una pagina Facebook (nota anche come pagina del tuo marchio) può fornire un potente strumento per interagire con il tuo mercato a un livello diverso che i media tradizionali non saranno in grado di fornire. Aiutando i tuoi clienti a stabilire una stretta connessione con il tuo marchio aziendale, puoi trasformarli in clienti fedeli e in ambasciatori di marca non retribuiti.

Per iniziare segue i seguenti semplici passi:

1. Se non si dispone di un account esistente, registrati per uno. Se ne possiedi già uno, effettua il login e fai clic sul pulsante "Pagine" situato sul lato sinistro dello schermo.
2. Seleziona il tipo di pagina Facebook che desideri creare, ad esempio Marchio, Azienda, Istituzione e Organizzazione.
3. Compila tutte le informazioni specifiche.
4. Accetta le condizioni dettagliate delle pagine di Facebook.
5. Inserisci tutte le informazioni rilevanti richieste. Una volta indicata la categoria specifica della tua attività, puoi iniziare a personalizzare la tua pagina. Facebook ti guida attraverso l'intero processo di personalizzazione fornendoti un elenco di cose in sospeso da completare per iniziare.
6. Carica un'immagine o un logo aziendale, che può anche includere pagine Web, tagline e Twitter, insieme ad altre pagine di social media che mantieni.
7. Salva le tue impostazioni.

Configurazioni e Ottimizzazioni

- **Aggiungi contenuto.** Includi informazioni chiave come link al sito web, posizione, orari di apertura e foto / prodotti / menu in modo che le persone abbiano un'idea generale di cosa sia la tua attività. Concentrati a fornire informazioni brevi ma coinvolgenti nella scheda Informazioni. Pensa al SEO e usa le parole chiave poiché ogni scheda può essere indicizzata dai motori di ricerca.

Consiglio Potente: Se inserisci l'URL del tuo sito web iniziando con `http://` nella casella delle informazioni proprio sotto l'immagine del profilo, Facebook lo trasformerà automaticamente in un link cliccabile. Ciò ti consentirà di indirizzare comodamente i visitatori al tuo sito web, account Twitter o blog aziendale.

- **Reclama il tuo posto.** Collega la tua pagina Facebook al tuo negozio fisico dove la gente può trovarti e anche il check-in.
- **Invita i tuoi clienti.** Invita i clienti attuali ad apprezzare la tua pagina. Puoi inviare newsletter, pubblicizzare sul tuo sito web, pubblicare link o promuovere in-store tramite volantini, ecc.

Consiglio Potente: Il modo efficace per configurare la tua pagina Facebook e aggiungere clienti esistenti è creare un account Gmail separato per il tuo account Facebook. Importa gli indirizzi email dei tuoi clienti lì. Quando crei la tua pagina Facebook, il sistema troverà automaticamente i tuoi clienti dalla tua rubrica e li suggerirà come amici.

- **Aggiungi il pulsante "MI PIACE" nel tuo sito web.** Per promuovere efficacemente la tua pagina Facebook, aggiungi il pulsante Mi piace nel tuo sito web e nei blog in modo che le persone possano interagire con la tua Pagina e condividerla con la propria rete.

Coinvolgi i tuoi clienti

- **Interagisci e partecipa a conversazioni.** Massimizza la visibilità e la presenza pubblicando aggiornamenti regolari sulla tua bacheca della tua attività. Puoi anche offrire offerte esclusive che genereranno interesse e commenti e porteranno ingaggio attivo.
- **Costruisci relazioni più profonde.** Sfrutta questa opportunità per conoscere la tua fedele clientela o "fan" e fare tutto il possibile per farli sentire a casa rispondendo ai commenti in modo tempestivo.
- **Ottieni informazioni preziose.** Impara e studia il modo in cui il tuo pubblico interagisce e apporta le modifiche necessarie per aumentare e incoraggiare un maggior coinvolgimento.

Promuovi il tuo business

- **Crea annunci.** Utilizza Facebook Ads per promuovere la tua attività e ottenere visibilità in base ai tuoi criteri mirati come posizione, interesse, fascia d'età, ecc.
- **Gestisci storie sponsorizzate.** Crea storie sponsorizzate, in modo da incoraggiare gli amici / i fan a diffondere la buona notizia sulla tua attività commerciale sulla loro rete. Ricorda, il passaparola marketing è due volte più efficace quando si tratta di risultati rispetto alla pubblicità tradizionale.

Distinguersi dalla Massa

- **Ottieni un URL accattivante.** Anziché un URL innominabile come "3267783386?Ref=sg&ajaxp=1&a=7", personalizzalo in qualcosa di professionale, come <http://facebook.com/nomebusiness>. Per essere in grado di farlo, devi avere almeno 25 fan.
- **Personalizza la pagina di destinazione.** Per distinguerti, devi avere una pagina di destinazione attraente e sorprendente, che può aiutare significativamente i visitatori a diventare fan della tua pagina.

Suggerimento: se non sei molto competente nella progettazione Web, puoi sempre acquistare un template Facebook dagli store di modelli.

Altri suggerimenti su come promuovere la tua pagina Facebook

1. Usa il tuo social media Manager:

- Aggiungi attivamente persone che possono potenzialmente diventare clienti o persone legate alla tua specifica linea di business.
- Utilizza la funzione di ricerca per scoprire pagine pertinenti, correlate, eventi, persone, gruppi e persino messaggi. Questo può anche essere usato per tenere traccia di eventuali menzioni di marchi e per fornire un feedback tempestivo.
- Comunicare. È una pagina interattiva, quindi assicurati di rispondere.

Suggerimento: quando si compone un post o un messaggio, inserire un segno @ e digitare la pagina della propria attività in modo da poterla menzionare. Puoi persino usarlo come firma per i tuoi aggiornamenti regolari.

2. Imbroglia un pochino.

Chiedi ai dipendenti e ai membri dello staff di pubblicare commenti e "Mi piace" sui tuoi aggiornamenti di stato per migliorare le classifiche. Gli aggiornamenti di stato con 5 o più commenti e "Mi piace" possono essere visualizzati nella sezione Top News. Ciò contribuirà anche a rendere più vivo il muro di Facebook e ispirare i fan a partecipare alle conversazioni e ad essere più attivi.

3. Riempi la tua pagina con contenuti multimediali

- Incoraggia i fan a pubblicare foto su come usano i tuoi prodotti e / o servizi
- Carica le foto dei tuoi prodotti e / o servizi, inclusi il tuo team e l'ufficio in modo che i fan possano facilmente identificarti con te.
- Carica le foto degli eventi che hai ospitato e tagga i tuoi fan
- Pubblica video che presentino testimonianze dei membri del tuo team
- Usa video per rispondere e intrattenere i tuoi fan
- Mostra i tuoi prodotti e / o servizi in azione

5. Fidelizza i tuoi fan.

È importante premiare i tuoi fan con offerte speciali o esclusive di tanto in tanto. Puoi premiare la fedeltà offrendo sconti limitati solo ai fan di Facebook.

6. Tieni aggiornati i tuoi fan.

I messaggi diretti sono molto potenti, ma assicurati di non abusarne. Prima di inviare messaggi ai tuoi fan, pensaci due volte. I tuoi aggiornamenti dovrebbero essere preziosi e una buona notizia dato che il tuo obiettivo è quello di informare e impegnarti e non irritarti.

7. Chiedi aiuto ai tuoi fan.

Chiedi aiuto ai tuoi fan nella creazione della tua community utilizzando gli strumenti "Suggerisci agli amici" e "Condividi".

8. Crea partnership con altre pagine di Facebook.

Ogni pagina su Facebook presenta una funzione chiamata "Aggiungi ai preferiti della mia pagina". Qualsiasi pagina "favorita" mostrerà il loro logo nelle "Pagine preferite" presenti sulla tua pagina Facebook.

9. Usa le applicazioni.

Ci sono alcune app davvero utili su Facebook che puoi usare prontamente per promuovere la tua azienda o il tuo marchio. Puoi condurre sondaggi, quiz e giochi in cui le persone possono giocare l'una contro l'altra e superarsi. Ci sono persino app per omaggi e giochi a premi - qualcosa a cui la maggior parte dei consumatori ama partecipare.

10. Spia!

Sì, devi anche tenere d'occhio i tuoi concorrenti, soprattutto quelli che hanno molto successo nelle loro campagne. Scopri cosa stanno facendo di tanto in tanto e studia le loro strategie. Se scegli di copiare, assicurati di offrire la versione migliore.

Capitolo 4: Cinguetta il tuo messaggio per il dominio on line

La semplice domanda di Twitter: "Cosa stai facendo?" Ha sicuramente generato molte risposte dal suo lancio. Da adolescenti, a professionisti, celebrità, politici, capi d'abbigliamento aziendali tutti sono su Twitter. Con lo scambio rapido e frequente di idee, opinioni, risposte, Twitter ha creato un universo completamente nuovo per persone di diversa estrazione sociale, stato sociale e interesse a rimanere in contatto attraverso una linea di comunicazione più aperta.

Capire il fenomeno di Twitter

Cos'è Twitter? Questo è un altro popolare servizio di social network e micro blogging che consente agli utenti di inviare e leggere messaggi di testo o "tweet" di massimo 140 caratteri. Twitter è stato creato da Jack Dorsey nel marzo del 2006 ed è stato ufficialmente lanciato a luglio dello stesso anno. Da allora, il servizio ha guadagnato popolarità in tutto il mondo e attualmente conta 300 milioni di utenti, generando oltre 300 milioni di tweet e gestendo oltre 1,6 miliardi di query di ricerca ogni giorno. Twitter è stato descritto come "SMS di Internet".

Twitter offre una combinazione di diverse forme di comunicazione - testo, foto, musica, video - che vanno dalle esperienze di vita quotidiana a contenuti interessanti, eventi degni di nota e notizie. Le conversazioni possono ruotare su argomenti caldi utilizzando hashtag e gli utenti possono pubblicare e visualizzare aggiornamenti, seguire altri utenti e inviare risposte pubbliche o messaggi privati per connettersi e comunicare con altri utenti. Nel corso degli anni, l'ecosistema di Twitter è cresciuto notevolmente, consentendo agli utenti di cercare persone, notizie o argomenti.

Perché usarlo?

- **Ti connetti con i tuoi clienti.** Questo è il motivo principale per cui dovresti utilizzare Twitter per la tua attività. Twitter è diventato così tanto parte della routine quotidiana di tutti, è il luogo perfetto per connetterti, interagire e studiare il tuo mercato. Fare Branding. In Twitter, non devi essere del calibro di Nike, Dell o Starbucks per generare interesse. In effetti, presenta la migliore piattaforma per le piccole imprese e le start-up per raggiungere la loro nicchia di destinazione.
- **Opinione del cliente.** Se un cliente è insoddisfatto di un determinato prodotto o servizio, ne riceverà senza dubbio un tweet. In questo senso, Twitter è una risorsa affidabile per ricavare feedback e opinioni, nonché studiare i comportamenti e le preferenze dei consumatori.
- **Marketing.** Con la sua ampia portata, puoi usare Twitter per commercializzare prodotti e / o servizi per un mercato più ampio e la parte migliore è che è gratuito.
- **Notizie.** Twitter è il modo migliore e più veloce per pubblicare gli ultimi aggiornamenti sulla tua azienda, senza la necessità di comporre contenuti lunghi ed elaborati.
- **Schemi e promozioni di marketing.** Se hai promozioni e promozioni esclusive, informa la tua rete. Tutti amano un buon affare. In effetti, molte aziende hanno condotto concorsi e promozioni esclusivamente per i loro follower su Twitter per coinvolgere il loro mercato.
- **Twitter è virale.** Una volta che sei riuscito ad ottenere un certo grado di popolarità, scoprirai quanto può essere virale. Questo può diventare un vantaggio strategico per le tue campagne di marketing.
- **Spiare la concorrenza.** Non solo ottieni informazioni approfondite sui clienti e sul mercato di riferimento, ma puoi anche leggere e studiare ciò che la concorrenza sta facendo, quali sono i loro punti deboli in base ai reclami e lavorare per posizionarti per fornire un'alternativa migliore.
- **Aumento delle vendite.** Sì, Twitter può aiutare in modo significativo ad aumentare le vendite. Secondo un rapporto pubblicato da Mashable, Dell ha raccolto ben \$ 6.5 in vendite tramite Twitter.
- **Fedeltà alla marca.** In qualsiasi attività commerciale, il tuo obiettivo è l'utilizzo a lungo termine dei tuoi prodotti e / o servizi anziché avere acquisti una tantum. Coinvolgendo i tuoi clienti e fornendo un servizio tempestivo a valore aggiunto, sarai in grado di fidelizzare i clienti e godere di un leale patrocinio.
- **Il paradiso dei Networker.** Connettiti con i leader del settore e le personalità influenti del settore in cui lavori. Se hai partecipato a eventi di networking in passato e hai ottenuto risultati soddisfacenti per la tua azienda, immagina cosa può fare Twitter per te.
- **Generare traffico sul sito web.** Se eseguito alla perfezione, Twitter può essere uno strumento efficace per generare più interesse e attrarre un mercato mirato per visitare il tuo sito Web o blog che può tradursi in lead di vendita e, infine, convertire in vendite.

- **Leadership.** Twitter è un luogo perfetto per mettere in mostra le tue capacità e competenze e fornire consigli, opinioni e aiuto concreti per risolvere i problemi per ottenere maggiore credibilità come leader di nicchia.

Come Creare e Attrarre Follower

Come avrai già intuito, Twitter è diventato uno strumento di social media indispensabile per far progredire la tua attività. Non è la tipica tendenza del momento che alla fine scomparirà nel dimenticatoio. Dal momento del suo lancio, è questo il momento del suo rilancio. Per essere in grado di sfruttare appieno il pieno potenziale di Twitter, è necessario pianificare attentamente le strategie.

Iniziare

1. **Effettua una ricerca iniziale.** Crea il tuo account Twitter e usa la ricerca su Twitter per controllare la viralità sul tuo nome o marchio, i tuoi concorrenti diretti e altre parole pertinenti relative alla tua azienda, ai tuoi prodotti e / o servizi.
2. **Aggiungi una foto.** Non è interessante interagire con qualcuno senza foto. Se hai stabilito un riconoscimento del marchio decente, puoi usare il tuo logo, o se sei una startup o una piccola organizzazione, generalmente è meglio usare una foto personale.
3. **Inizia a unirti alle conversazioni e parla alle persone del loro interesse.** Ciò trasmetterà un messaggio più personalizzato che mostra il lato umano dietro un marchio, un prodotto o un servizio. (@wholefoods lo fa abbastanza bene)
4. **Genera interesse.** Pubblica cose interessanti relative al tuo settore e non solo sulla tua azienda, sui tuoi prodotti o servizi. Questo può includere notizie, politiche e sviluppi, tra gli altri.
5. **Intrattieni per ingaggiare.** Condividi link interessanti e affascinanti che intratterranno e stimoleranno l'interesse.
6. **Utilizza un approccio proattivo.** Quando gestisci i reclami, non rimanere bloccato nel circolo vizioso dello scusarsi. Sii utile e offri una risoluzione immediata, suggerimenti e linee guida. (@jetblue lo fa abbastanza bene fornendo consigli di viaggio e consigli in generale)
7. **Dire di no al marketing sfacciato.** Non commettere l'errore di fare overselling dei tuoi prodotti e / o servizi. Gli altri lo percepiscono o cliccano sul pulsante "non seguire".
8. **Diventa più umano.** Promuovi cose interessanti al di fuori delle storie di lavoro dei tuoi dipendenti e dei principali collaboratori. (@TheHomeDepot lo fa abbastanza bene)
9. **Presenta personalità.** Aggiungi alcune personalità per collaborare con il marchio, come RichardAtDELL, MaxeneAtDELL, ecc.
10. **Comunica veramente.** Prenditi del tempo per parlare anche di argomenti non commerciali.

Di che cosa Twittare

- Invece di rispondere alla domanda di Twitter, "Che cosa stai facendo?" Puoi scegliere di rispondere alla domanda, "Cosa ha attirato la tua attenzione?"
- Quando si promuove un particolare post sul blog, non scaricare semplicemente il collegamento. Puoi fare una domanda o spiegare cosa succederà dopo.
- Poni domande e incoraggia i tuoi follower a condividere le loro opinioni.
- Segui persone interessanti e popolari. Se incontri utenti che twittano cose interessanti, controlla chi li segue e segui anche loro.
- Twitta su altre persone invece di concentrarti semplicemente su di te, sulla tua azienda, sui tuoi marchi o prodotti. Twitter non è destinato alla vendita e ha un impatto più intrinseco sulla tua attività. Lavora per dare un volto o una personalità dietro un marchio per coinvolgere i tuoi follower.
- Quando parli della tua azienda, dei tuoi prodotti o servizi, assicurati che sia utile. Puoi consegnarlo sotto forma di consigli, immagini, post di blog che offrono contenuti penetranti.
- Non intasare la timeline e twittare troppo. Potrebbe facilmente infastidire i follower. Come regola generale, twitta almeno 8 volte al giorno e non più di 15 volte.

Altri consigli pratici

- Non devi leggere ogni singolo tweet.
- Non devi rispondere a ogni singolo @ tweet che ti è stato indirizzato.
- Scegli le opzioni di messaggistica diretta se gli scambi con altre persone non hanno valore per altri follower di Twitter.
- Controlla regolarmente la funzione di ricerca di Twitter per scoprire se ci sono persone che parlano di te, del tuo marchio, della tua azienda, dei tuoi prodotti e servizi.
- Un ottimo modo per creare community su Twitter è rispondere ai tweet e retwittare i post di altri utenti.

Consigli Potenti

- Pubblica alcuni tweet buoni e intelligenti prima di seguire qualcuno.
- Completa le informazioni del tuo profilo.

- Aggiungi feed Twitter ad altri profili e blog sui social media.
- Rispondi alle persone che ti stanno seguendo, e soprattutto a coloro che non ti seguono.

Creare il tuo account Twitter è solo l'inizio del tuo viaggio. Per ottenere i migliori risultati, Twitter, insieme ad altre piattaforme di social media dovrebbe essere una cosa continua.



Capitolo 5: Costruisci il tuo Network con LinkedIn

La maggior parte delle persone usa LinkedIn per "collegarsi a qualcuno" per formare una partnership, fare una vendita o ottenere un lavoro. Dato il suo continuo successo, funziona abbastanza bene per molte professioni di alto livello, per consulenti, CEO e magnati aziendali che hanno un account, in rappresentanza di 130 diversi settori in tutto il mondo. Tuttavia, ad oggi, LinkedIn rimane ancora uno strumento sottoutilizzato in quanto molti dei suoi utenti non hanno esplorato appieno il suo pieno potenziale per massimizzare i suoi benefici.

Che cosa è LinkedIn?

LinkedIn è stato lanciato nel 2003 e da allora è diventato il sito di networking professionale più grande e famoso al mondo. Si stima che 1 milione di nuovi membri si uniscano a questa piattaforma di social media ogni settimana. Le persone generalmente si collegano su LinkedIn con persone che conoscono personalmente o professionalmente. Tuttavia, a differenza di Facebook e Twitter, LinkedIn è percepito come più focalizzato sul business.

LinkedIn rappresenta un luogo ideale per i suoi utenti per creare o stabilire introduzioni e connessioni di secondo o terzo grado, che possono essere utili quando si cerca di far crescere un'azienda o quando si cerca lavoro, reclutare talenti o cercare altre opportunità di lavoro.

Ad oggi, LinkedIn gestisce oltre 85 milioni di membri in più di 200 paesi, tra cui dirigenti di quasi tutte le prime 500.

Perché usarlo?

- **Aumenta la visibilità.** Stabilendo connessioni, aumenti anche la tua notorietà e visibilità. Sia che offri un prodotto o un servizio o entrambi, il tuo profilo può essere reso disponibile a persone interessate a fare affari, creare partnership o assumere servizi.
- **Migliora la rete.** Entra in contatto con persone provenienti da conoscenti del passato, persone della tua scuola, aziende passate, affiliazioni e coloro che condividono le tue passioni e interessi.
- **Migliora la Google PageRank.** LinkedIn consente ai suoi utenti di pubblicare e rendere disponibili le informazioni del proprio profilo per consentire ai motori di ricerca di indicizzare. I profili di LinkedIn hanno un punteggio elevato in Google, quindi è un modo efficace per influenzare la percezione di altre persone quando cercano te.
- **Migliorare i risultati del motore di ricerca.** Oltre al tuo profilo personale, puoi promuovere il tuo sito web aziendale e il tuo blog ai motori di ricerca attraverso il tuo account LinkedIn attraverso le categorie preselezionate come "Il mio sito web" e "La mia azienda".

- **Controllare la concorrenza, i partner e i clienti.** LinkedIn è un modo perfetto per tenere d'occhio la concorrenza così come i partner e i clienti.
- **Evidenzia consigli e recensioni.** LinkedIn è più simile a un curriculum che vive e respira di professionisti che viene fornito completo con le raccomandazioni delle persone con cui hai lavorato e interagito in passato. Ciò rappresenta una meravigliosa opportunità per garantire recensioni aziendali e specifici prodotti e servizi offerti.

Primi passi con LinkedIn

Alcune persone associano LinkedIn come piattaforma per le persone in cerca di lavoro. È certamente più di questo. È un ottimo modo per creare connessioni e reputazione, oltre a connettersi con persone che la pensano allo stesso modo per promuovere tour, prodotti o servizi. Per iniziare, ecco alcune linee guida di base:

1. Inserisci le tue informazioni di base.
2. Seleziona "Iscriviti ora", dopodiché sarai reindirizzato a una seconda schermata in cui inserisci le tue informazioni personali tra cui stato professionale, azienda, titolo di lavoro, posizione, incluse informazioni pertinenti come siti web e altri account di social media.
3. Seleziona "Crea il mio profilo". Ti verrà quindi data l'opportunità di cercare persone che già conosci in base ai tuoi contatti e-mail.

Personalizzare il tuo Account

Quando si tratta di garantire l'efficacia della tua pagina LinkedIn, la rilevanza è fondamentale per stabilire e mantenere forti connessioni. Avrai bisogno di tempo per personalizzare il tuo profilo LinkedIn per una serie di motivi. Gli account di social media per le aziende dovrebbero essere creati in linea con lo scopo di business che hai in mente.

Quando crei il tuo profilo, vuoi attirare un particolare pubblico. Se verifichi i profili dei CFO e li confronti con i gestori della community, riconoscerai immediatamente la differenza. Quindi, quando personalizzi il tuo profilo LinkedIn, assicurati di tenere a mente il tuo target di riferimento.

Ecco le aree che devi personalizzare:

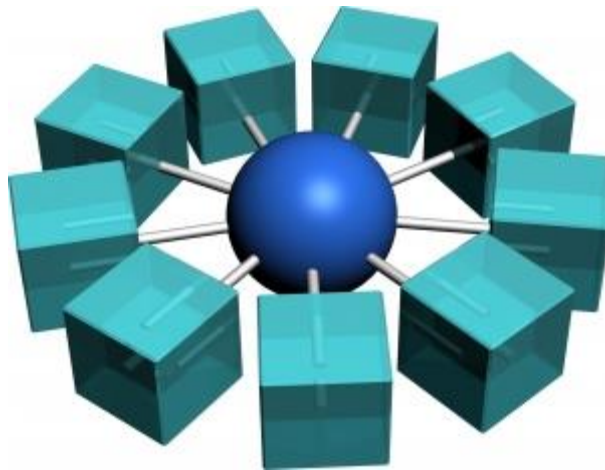
- **Sommario.** Questa sezione dovrebbe mostrare le tue abilità, risorse e competenze in tre-cinque paragrafi. Crea contenuti che attirino l'attenzione e generino interesse per i punti salienti eccezionali della tua carriera professionale. Evidenzia risultati e specialità usando parole concise. È possibile utilizzare i punti elenco per renderlo più leggibile e aumentare l'enfasi.
- **Titolo professionale.** Questo sembra simile alla descrizione che hai indicato nella tua "Posizione attuale" a meno che non lo cambi. Questo appare sotto il tuo nome.
- **Aggiungere una foto.** Se possiedi altri account di social network, probabilmente non accetti connessioni con persone che non visualizzano le loro foto del profilo, giusto? Lo stesso vale per gli account di LinkedIn. Assicurati di scegliere una foto ravvicinata di primo piano che ti rappresenti meglio professionalmente. Ricorda, sei il tuo marchio, quindi assicurati che la tua foto lo dimostri. Se sei un dirigente, in qualche modo una foto con una maglietta e un berretto non si sommano.
- **Esperienza/storia del lavoro.** Poiché LinkedIn è un sito di networking professionale, assicurati di evidenziare le tue migliori esperienze lavorative. Questa è un'opportunità per mostrare i tuoi successi. Anche se non sei limitato dal numero di parole che puoi usare, assicurati di tenerlo conciso in modo da non perdere l'attenzione del tuo pubblico. Per guidarti, ecco alcuni degli elementi importanti che dovresti includere:
 1. Elenco dei progetti completati
 2. Punti salienti dei successi della tua posizione
 3. Descrivi i tuoi punti di forza
 4. Elenca tutti i tuoi risultati e non le tue responsabilità
 5. Se possibile, includi benefici monetari della tua esperienza e dei tuoi sforzi, specialmente se sei nel marketing, nelle vendite o nello sviluppo del business
- **Raccomandazioni.** Consenti agli altri di parlare del tuo personaggio e delle tue capacità con raccomandazioni o approvazioni. Hai la possibilità di approvare e gestire i tuoi consigli quindi assicurati di approvare solo i feedback positivi. Se non hai alcun avallo, puoi chiedere a qualcuno, come un collega, un cliente felice o un datore di lavoro passato.
- **Abilità.** Che cosa fai che è diverso? Le tue abilità personali sono quelle che rendono il tuo profilo commerciabile.
- **Certificazioni, licenze e accreditamenti.** Assicurati di prendere tempo e riempire questa sezione in quanto ciò può aiutare a convalidare le tue capacità e competenze.

- **Pubblicazioni.** Se hai scritto lavori che sono stati pubblicati, includi una breve descrizione e un URL.

Come ottenere il massimo dalle tue connessioni LinkedIn

Dopo aver stabilito la tua rete, è il momento di assicurarsi che le connessioni funzionino per te. Ecco alcuni suggerimenti utili:

- 1. Chiedi e rispondi alle domande.** Mentre sei iscritto, sarai in grado di vedere un elenco di domande pubblicate da chiunque nella tua rete estesa. Partecipa a questi scambi per costruire la tua reputazione e guadagnare più fiducia. È anche una buona idea fare domande.
- 2. Raccomanda i tuoi colleghi.** In LinkedIn, le raccomandazioni funzionano come una forma primaria di valuta. Fai raccomandazioni per le persone con cui hai avuto esperienze positive. Riceveranno naturalmente il favore.
- 3. Scopri di più sulla tua rete.** Studia le persone all'interno della tua rete leggendo i loro profili. Questo può essere un'ottima base per la discussione e una base su cui costruire relazioni.



Capitolo 6: Espandere le tue “cerchie” con Google+

Prima del suo lancio, ci sono state un sacco di chiacchiere generate da Google+, principalmente perché proviene da Google stesso, il motore di ricerca. Da allora è diventato parte integrante di molte campagne di social media.

Cosa è Google+?

Google+ è un social network o una rete lanciata da Google nel luglio 2011 per test limitati. Gli utenti sono in grado di configurare e creare cerchie per categorizzare le persone con cui sono connessi in gruppi diversi, come modo per riprodurre le loro relazioni reali.

Google+ ha una serie di funzioni all'avanguardia, tra cui Hangouts, che è una chat video in più persone. Gli utenti possono avviare un Hangout con una qualsiasi delle cerchie esistenti. Un'altra grande caratteristica è Sparks, che consente fundamentalmente all'utente di individuare specifici elementi di interesse in base agli argomenti basati sul web.

Diversi mesi dopo il lancio, Google+ ha potuto accumulare 40 milioni di utenti registrati, ovvero quasi un terzo rispetto ai 135 milioni di iscritti di LinkedIn. Nonostante la sua crescita, è ben lungi dal superare Facebook, ma le cifre non sono certamente da ignorare.

Perché Usarlo?

1. **Aumenta la SEO gratis.** Le aziende possono utilizzare i referral di ricerca per le conversioni. Google+ è stato creato per influenzare la ricerca di persone che hanno incluso una determinata attività nel loro Circolo. Ciò offre una grande opportunità per ottenere la promozione gratuita da persone che amano e utilizzano il prodotto e per le persone che condividono interessi simili.
2. **Host Hangouts.** La potente funzione di chat rappresenta una grande opportunità per le aziende nel coinvolgere i propri clienti e leader di pensiero in un modo più personale. Inoltre, le aziende che operano da più sedi possono comodamente collaborare e condividere informazioni e file come fogli di calcolo e documenti.
3. **Espansione della distribuzione dei contenuti.** Google+ è una grande piattaforma per espandere la pubblicazione della distribuzione di contenuti. Può essere un ottimo strumento per ospitare contest e omaggi insieme ad altre promozioni.
4. **Entra in contatto con il pubblico esperto di tecnologia.** Le persone che fanno parte di Google+ sono i "primi utilizzatori" delle nuove tecnologie, un criterio che rappresenta un mercato target ideale per molte aziende.
5. **Segmenta il tuo pubblico.** Un grande vantaggio di Google+ è la possibilità di condividere contenuti con segmenti di pubblico specifici attraverso le cerchie. Ciò rende più facile per le aziende segmentare il proprio mercato e condividere contenuti con determinati follower.

6. **Espandi la tua rete.** Essere in grado di raccogliere dati e ricerche su contatti rilevanti come potenziali clienti e personalità influenti nel settore.

Iniziare

1. **Ottimizza la tua pagina.** Come affermato, una delle funzioni più potenti di Google+ è la funzione di ricerca di Google, quindi se vuoi assicurarti che la tua pagina possa essere trovata facilmente sia nel motore di ricerca normale che nella ricerca interna. Effettua quanto segue:
 - **Verifica la pagina con Google.** A differenza di Twitter che richiede un handle univoco, può esserci un numero di pagine che potrebbero avere un nome simile al tuo. Google ha fornito un modo per verificare che la pagina sia la pagina "ufficiale" per un marchio specifico, a cui verrà assegnata la massima priorità nelle classifiche di ricerca.
 - **Aggiungi un sottotitolo.** Google+ ti consente di inserire una tag line o un sottotitolo sotto il nome del tuo brand, con solo le prime 10 parole visibili nella sezione dell'intestazione e 21 caratteri sono mostrati nei pop-up quando gli utenti puntano il mouse sulla tua pagina. Quindi assicurati di tenerlo a mente quando crei il tuo sottotitolo.
 - **Scrivi un'introduzione convincente.** Questo è il punto principale della tua pagina quindi assicurati di utilizzare parole chiave ricche di SEO che possono essere facilmente indicizzate allo stesso tempo, inoltre devi assicurarti che trasmetta l'immagine e il messaggio che hai in mente al tuo pubblico.
2. **Aggiorna l'appeal visivo della tua pagina.** Fai la prima impressione giusta ogni volta che le persone visitano la tua pagina. Devi attirare la loro attenzione e interesse per chiedere loro di fare clic e aggiungerti alle loro cerchie.
 1. Massimizza l'uso creativo delle foto
 2. Approfitta dell'editor RTF
3. **Pubblica con contenuti di qualità.** Prima ancora di avere il tuo primo follower, devi avere almeno 3 o 4 post poiché questo può aiutare a migliorare la prima impressione reale. Esegui quanto segue per i tuoi post:
 1. Usa le opzioni di formattazione per creare post che sembrano come articoli di blog
 2. Usa video e foto
4. **Inizia ad attrarre i follower.** Ora che hai ottimizzato la tua pagina, ora puoi aprire la tua pagina aziendale di Google per le attività commerciali. Esplora il terreno eseguendo quanto segue:
 - Promuovi la tua pagina utilizzando altri canali di social media

- Promuovi la tua pagina Google sul tuo sito web
- Pubblica i contenuti su base regolare
- Segui chi ti circonda
- Crea circoli VIP e ingaggi
- Monitora regolarmente i tuoi commenti e flussi

Il tuo profilo Google+ influenzerà il modo in cui le persone percepiranno il tuo brand, quindi assicurati di dedicarlo con la stessa attenzione che hai con le altre piattaforme di social media che gestisci.



Capitolo 7: Cattura la tua audience con YouTube

Mentre YouTube è ampiamente diffuso come forma di intrattenimento, non commettere l'errore di ignorarne i vantaggi significativi. È molto di più che pubblicare video musicali, momenti memorabili e eventi imbarazzanti, dato che è stato originariamente reso popolare da queste cose.

Sempre più aziende e professionisti hanno riconosciuto YouTube come una potente piattaforma per lanciarsi nella celebrità. Mentre la tua azienda potrebbe non ottenere la stessa popolarità globale e il successo di Justin Beiber, la tua attività sarà in grado di generare una buona quantità di interesse. Come? Puoi utilizzare i video per mettere in mostra la tua esperienza e condividere le tue conoscenze, oltre a commercializzare i tuoi prodotti e metterti in contatto con potenziali clienti, clienti e colleghi.

Cosa è YouTube?

YouTube è un servizio basato sul Web che consente ai suoi utenti di pubblicare file video e condividerli con il resto del mondo. Fondata dagli autori di Paypal che ha altrettanto successo, la prima versione pubblica è stata rilasciata nel novembre 2005. Da allora, la sua popolarità è cresciuta costantemente e dal primo trimestre del 2006 ha ospitato 65.000 file video. Entro il 2007, YouTube è stato riconosciuto come il sito Web con la più alta quantità di traffico di qualsiasi altro sito sul web. Nell'ottobre del 2006, è stato acquisito da Google per un importo di \$ 1,6 miliardi. Questo è considerato un accordo molto interessante, dal momento che i rendimenti pubblicitari di YouTube vengono registrati in \$ 200 milioni ogni anno. Al momento, YouTube sta godendo ogni giorno di milioni di visite da tutti gli altri del mondo.

Perché usarlo?

YouTube offre una piattaforma di marketing conveniente per le imprese. È fino ad oggi la forma più economica di canale pubblicitario. Le aziende di vari settori utilizzano i video web come parte del loro contenuto di marketing per raggiungere i clienti attuali e potenziali. Ora è usato come un modo per costruire relazioni con la base di clienti e raccogliere i suoi profitti come strategia di marketing indiretta.

Puoi utilizzare YouTube con i tre obiettivi principali:

- Informare
- Educare
- Intrattenere

Ecco alcune idee su come puoi sfruttare al meglio l'utilizzo di YouTube:

Leadership e competenza

- Carica le registrazioni video delle presentazioni aziendali per dimostrare l'autorità del settore e migliorare la credibilità.
- Condividi le presentazioni per scopi di marketing e pubblicitari
- Conduci interviste con i tuoi esperti
- Convertire i podcast in video
- Coinvolgi la community online di YouTube caricando le risposte video registrate su argomenti specifici pertinenti alla tua azienda o al tuo settore
- Registrare riunioni aziendali da condividere con le persone interessate
- Fornire presentazioni su prodotti e funzionalità imminenti

Marketing e Pubblicità

- Metti insieme un video che mostri e spieghi al meglio il tuo prodotto o servizio
- Promuovi il tuo marchio usando eventi precedenti
- Introduci alcune persone che lavorano dietro il tuo marchio per migliorare l'autenticità
- Promuovi i tuoi prodotti e servizi
- Pubblica link dei tuoi video su altre piattaforme di social media
- Esegui un concorso
- Aggiungi overlay di invito all'azione per indirizzare il traffico verso il tuo sito web aziendale
- Visualizzare le informazioni sulla società tra cui nome, URL del sito web, indirizzo e-mail e numero di telefono

Assistenza al cliente

- Crea video tutorial per istruire i clienti sull'utilizzo dei tuoi prodotti e servizi
- Risposte alle domande frequenti
- Pubblicare soluzioni per problemi comuni del servizio o del prodotto
- Incorpora file video sul tuo sito e blog

Come ottenere il massimo da YouTube per il tuo Business

1. **Buon contenuto.** Per garantire l'efficacia e l'impatto, è importante trasmettere informazioni interessanti e accurate nel modo più coinvolgente, in modo che anche altre persone vogliano condividerle nella loro rete
2. **Pianificare in anticipo.** Assicurati di avere un'idea chiara e una visione di ciò che desideri ottenere nel realizzare il video e ciò che desideri ricavare da esso.

3. **Evitare marketing sfacciato.** Resisti all'impulso di mettere semplicemente la tua pubblicità e lasciarle fare la magia. Tieni presente che le persone non visitano YouTube per guardare spot pubblicitari, quindi è necessario utilizzare un approccio più sottile e una vendita morbida fornendo informazioni in modo divertente e accattivante.
4. **Garantire una produzione di alta qualità.** I tuoi video riflettono la tua azienda quindi assicurati che sia di buona qualità.
5. **Resta breve.** I segmenti di pubblico su YouTube in genere hanno una capacità di attenzione limitata, quindi assicurati di mantenerlo non meno di 2 o 3 minuti. Se hai argomenti più lunghi, tagliali in segmenti.

Ottimizzazione dei tuoi video di YouTube

- Visualizza i link del tuo video in tutte le tue piattaforme di social media, includi il tuo sito principale, blog, pagina Facebook e Google+, twittalo e includilo nei tuoi profili LinkedIn.
- Concentrati sulla SEO ottimizzando le descrizioni di testo con parole chiave e backlink al tuo sito web aziendale.
- Considera l'acquisto di annunci su YouTube se si dispone di budget. Puoi acquistare video specifici in modo che il tuo video sia tra i primi risultati quando gli utenti eseguiranno una ricerca utilizzando tale parola chiave.

Molte celebrità e aziende hanno generato con successo interesse e fama a livello mondiale utilizzando YouTube come piattaforma di lancio. Ottieni un vantaggio strategico sulla concorrenza in un modo più creativo e coinvolgente.

Conclusioni per proseguire

Non c'è più dubbio sulla potenza dei social media nel far crescere il business di tutti i tipi di imprese. Indipendentemente dal tipo di settore in cui operi, scoprirai che ci sono troppi benefici e troppo importanti che non puoi ignorare. Con la piena comprensione delle capacità di ciascun social media e le linee guida complete su come sfruttarle al meglio, ora dipende da te come puoi massimizzare i suoi benefici per la tua azienda.

Se ancora non sei un networker ma hai un forte ed incrollabile desiderio di creare la vita dei tuoi sogni, puoi farlo da solo, seguendo ciò che ti ho spiegato nel libro, andando a cercare un'azienda seria con cui collaborare, trovando uno sponsor di valore che ti fornisca formazione, affiancamento, strumenti idonei che ti aiutino ad avere successo e che non ti abbandonino sul più bello...

Oppure puoi accelerare il processo e entrare a far parte del mio team per diventare un networker professionista, far parte della mia azienda, acquisendo tutto il necessario e tutto

ciò che io offro ai miei collaboratori affinché il tuo percorso verso la libertà sia il più semplice e sicuro possibile.

invia la tua candidatura attraverso questo link: www.creailtuobusinessforever.it/collabora-con-mirko e verrai contattato appena possibile.

Se invece sei già un Networker ma vuoi migliorare il tuo apprendimento per far esplodere il tuo business ed avermi come coach personale, affinché io possa insegnarti dal vivo o via videocorso tutto quello che so e che mi ha concesso di essere uno dei leader della mia azienda puoi visitare i seguenti indirizzi web:

- Video corso di oltre 17 ore con bonus e materiale scaricabile <https://networkersuperstar.clickfunnels.com/corso-networker-superstar>
- Coaching Personale dal Vivo <https://creailtuobusinessforever.it/coaching/>

Per seguirmi:

Scarica Le Risorse Gratuite: <https://creailtuobusinessforever.it/risorse-gratuite/>

Blog: <https://creailtuobusinessforever.it/blog/>

Canale YouTube: <https://www.youtube.com/MirkoLanfranchi4ever>

Pagina Facebook: <https://www.facebook.com/studiolanfranchi/>

Al tuo Successo!

Mirko Lanfranchi