

Relatore:
Matteo Agnoletto

SOCIAL MEDIA MARKETING



PRINCIPALI STRUMENTI DIGITALI PER COMUNICARE LA PROPRIA ATTIVITÀ ONLINE

PREMESSA

Il mondo online non sostituisce in alcun modo il mondo offline della vostra attività, del vostro servizio, del vostro marchio. Tutto quello che si può fare online deve avere come obiettivo migliorare la vostra attività nel mondo reale (farsi conoscere, trovare più clienti, instaurare un rapporto più diretto con i clienti)

Essere online non è un giochino, ma è un vero e proprio lavoro. Servono tempo, idee e professionalità come per i lavori “normali”, offline. Affidarsi a dei professionisti seri è un investimento e non un semplice costo. In autonomia, soprattutto all’inizio, si può fare qualcosa di buono, ma è meglio capirlo subito: servono tempo, costanza, idee e messaggi da veicolare.



ISOCIAL

- **AUTENTICI (RAPPRESENTARE LO STILE E IL TONO DI VOCE DEL MARCHIO)**
- **NECESSARI (SE SU QUEL SOCIAL CI SONO POTENZIALI CLIENTI)**
- **COERENTI (ATTIVITÀ E CLIENTI DEVONO PARLARE LA STESSA LINGUA)**

AUTENTICI

L'autenticità vuol dire mostrare il brand per quello che è, mettendo in luce i punti forti, ma anche senza troppo timore di far vedere i punti deboli, perché ormai il pubblico social è stanco di essere manipolato e reagisce con insofferenza agli stereotipi.

Per far emergere l'autenticità di un brand a volte basta trovare i punti di forza del marchio e valorizzarli, altre volte è necessario trovare una differenziazione rispetto ai competitor, il tutto sempre in relazione ai bisogni e alle esigenze del vostro pubblico per volerlo aiutare, per condividere con esso informazioni rilevanti. Si può perfezionare sempre la modalità per comunicare con il pubblico, si possono scegliere strumenti migliori, ma alla base di tutto se non c'è l'autenticità, tutto suonerà falso ed artificiale.

NECESSARI

Ogni prodotto/servizio ha una sua fetta di mercato, talvolta già pronta ad aspettarci, altre volte dovremo costruirla noi con creatività ed ingegno. La prima domanda da porsi è: dove troverò i miei clienti? La seconda invece è: come posso mettere in relazione il linguaggio del mio cliente con quello di chi è su questa determinata piattaforma social?

Queste domande ci aiutano a concentrare le energie su determinate piattaforme invece che su altre. Meglio presidiarne poche ma in modo efficace piuttosto che essere ovunque senza comunicare bene.

COERENTI

La reputazione di un marchio si basa sulla coerenza, ovvero la capacità di trasmettere la propria dimensione, l'immagine in modo pregnante e costante, allineandola alla proposta di valori e ideali.

Tutti noi consumatori siamo abitudinari, ricerchiamo questa coerenza per avere un solido parametro di misurazione della credibilità e della qualità di un brand. Il font utilizzato, i colori, il tono di voce, le grafiche: tutto deve rispecchiare l'essenza del marchio.

Si parla in questo caso di “consistenza”, ovvero di quell'insieme di associazioni e sensazioni percepite dai clienti o potenziali tali, i quali attribuiscono al prodotto o al servizio offerto un valore o insieme di proprietà.

FACEBOOK



- Facebook è il social network per eccellenza, ed è ormai entrato a far parte della nostra routine giornaliera, tanto che quasi non ce ne accorgiamo. La prima cosa che facciamo sui nostri dispositivi è controllare Facebook per tenerci aggiornati sulle ultime novità.

Ma Facebook non connette solo le persone, connette soprattutto le aziende e i loro clienti. Ecco perché capire l'importanza di questo social e tenere sotto controllo le statistiche Facebook è essenziale.

La popolarità di Facebook ha fatto sì che i brand stravolgersero le loro strategie di comunicazione e il modo in cui interagivano con i clienti. Oggi, milioni di aziende in tutto il mondo si affidano a Facebook per entrare in contatto con i loro clienti.

QUALCHE NUMERO

Facebook ha **2,80 miliardi di utenti mensili attivi** (Facebook, 2021).

1,84 miliardi di utenti attivi quotidianamente.

Questo significa che gli utenti visitano almeno uno dei prodotti principali di Facebook - ovvero Facebook, WhatsApp, Instagram o Messenger - almeno una volta al giorno.

Quando si tratta di social media, Facebook rimane il campione indiscusso.

Secondo le statistiche, Facebook è la piattaforma social di riferimento, raggiungendo il **59% degli utenti di internet (eMarketer, 2020).**

QUALCHE NUMERO

Facebook ha più di **80 milioni di piccole aziende** in tutto il mondo registrate come Pagine Facebook (Facebook, 2018).

Quanti italiani usano Facebook? 1 italiano su 2, ovvero il **50%** della popolazione, dichiara di utilizzare Facebook.

E l'età media? tra gli utenti di Facebook, il **65% ha meno di 35 anni** (Statista, 2019).

L'età media in Italia? Tra i 13 e i 18 anni, “solo” il **58%** è iscritto a Facebook, mentre la fascia d'età tra i 19 e i 29 anni è completamente rappresentata sul social network. Tra i 30-35 anni: **98%**; tra i 36-45 anni: **78%**; tra i 46-59 anni: **59%**.

QUALCHE NUMERO

Il 96% degli utenti attivi di Facebook vi accede tramite dispositivi mobile, ovvero tablet e smartphone (Datareportal, 2019).

In media, gli utenti trascorrono 58,5 minuti al giorno su Facebook.

E in Italia? Secondo i dati Agcom, gli utenti italiani trascorrono circa 50 minuti al giorno su Facebook, un dato in linea con la media globale.

Pagine



 Le tue Pagine











⋮ Vedi tutte le Pagine

[+ Crea nuova Pagina](#)

 Suggestiti

Pagine che gestisci



...enza
delle Pagine. Per passare a questa Pagina per gestirla.

 [Cambia ora](#)



...aggi

 [Crea un post](#)

 [Promuovi](#)

[⋮](#)



Pagine nascoste

Pubblicate per renderle visibili a tutti.

 **Prove Onda**

[Pubblica](#)



Pagine > Crea una Pagina

Crea una Pagina

Informazioni sulla Pagina

Nome della Pagina (obbligatorio)

Usa il nome della tua azienda, del tuo brand o della tua organizzazione oppure un nome che spiega di cosa tratta la tua Pagina. [Scopri di più](#)

Categoria (obbligatoria)

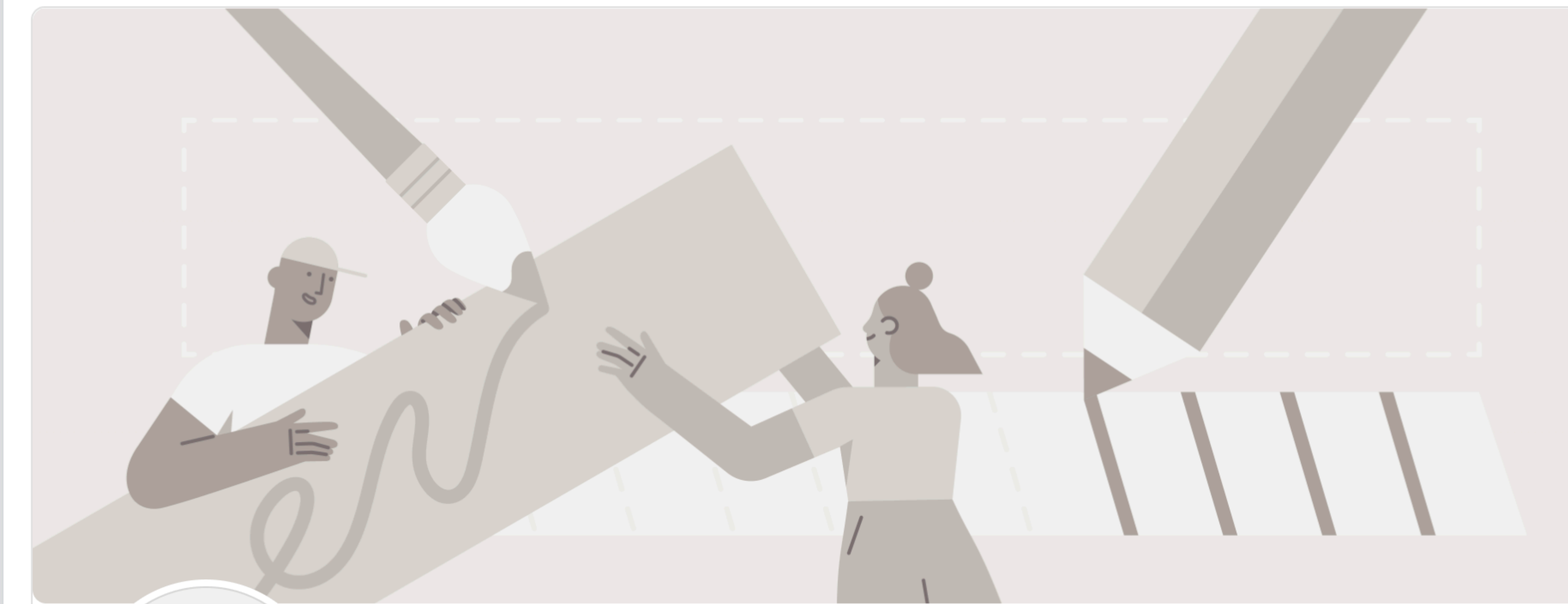
Scegli una categoria che descriva che tipo di azienda, organizzazione o argomento rappresenta la Pagina. Puoi aggiungerne al massimo 3.

Descrizione

Puoi aggiungere immagini, informazioni di contatto o altri dettagli dopo aver creato la Pagina.

Crea Pagina

Anteprima per computer



Nome della Pagina

Categoria

INSTAGRAM

INSTAGRAM

- Instagram è il social che è cresciuto di più negli ultimi anni, e continua a espandersi. L'app, nata inizialmente come semplice piattaforma per la condivisione di foto, è diventata terreno fertile per influencer, pubblicitari e marchi, allontanandosi dall'idea di app dove postare le foto delle vacanze e diventando una vera e propria miniera d'oro.

Puoi essere certo che tutti i tuoi clienti stiano usando Instagram, così come i tuoi competitor. Purtroppo, essere sempre aggiornati sulle ultime tendenze di Instagram (e sulle continue modifiche agli algoritmi) diventa sempre più difficile. Quello che è certo è che i tuoi potenziali clienti in questo momento stanno scorrendo il loro feed. La domanda che dovete porvi quindi è: come impostare la presenza su Instagram affinché quel cliente si fermi proprio sul mio post, tra le centinaia di foto che gli passano davanti agli occhi ogni minuto?

QUALCHE NUMERO

Nel 2021, Instagram ha superato [1 miliardo di utenti attivi](#), e oltre 500 milioni di utenti utilizzano la piattaforma ogni giorno. A giugno del 2013, Instagram aveva “appena” 130 milioni di utenti attivi mensili, e oggi è una delle app e dei social network più popolari a livello mondiale. Tra tutti i social network, solo Facebook e YouTube hanno un numero maggiore di utenti attivi giornalieri.

Una delle domande più comuni è: come fare ad [aumentare il numero dei follower su Instagram](#)? Una delle strategie più efficaci è l'utilizzo di hashtag specifici per raggiungere il più alto numero di persone possibile. Secondo Hubspot, in media ogni post di Instagram contiene 10,7 hashtag.

QUALCHE NUMERO

Il 70% del miliardo di utenti attivi ogni mese su Instagram sono giovani sotto i 35 anni (Statista, 2021).

La fascia d'età più popolare riguarda gli utenti tra i 25 e i 34 anni, seguita dagli utenti tra i 18 e i 24 anni.

Le persone trascorrono su Instagram quasi lo stesso tempo che passano su Facebook: 29 vs 33 minuti (dati USA).

Instagram è sempre più popolare anche tra le aziende. Nel 2021 sono oltre 200 milioni gli account Business, secondo [Instagram](#) stesso. Uno [studio](#) aveva rivelato già nel 2019 che 7 su 10 hashtag utilizzati su instagram sono *branded hashtag*, ovvero hashtag relativi e riconducibili a un determinato brand.

QUALCHE NUMERO

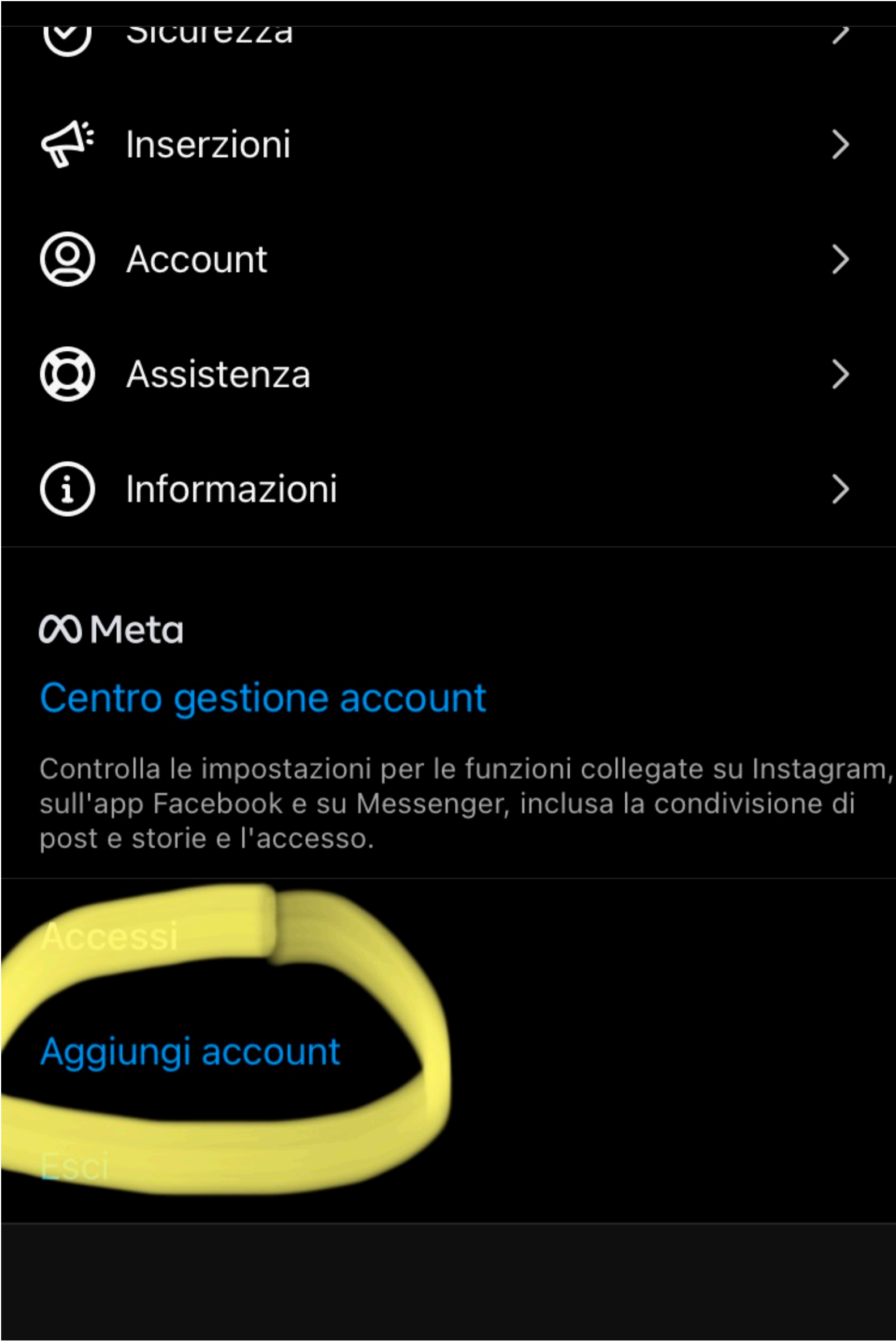
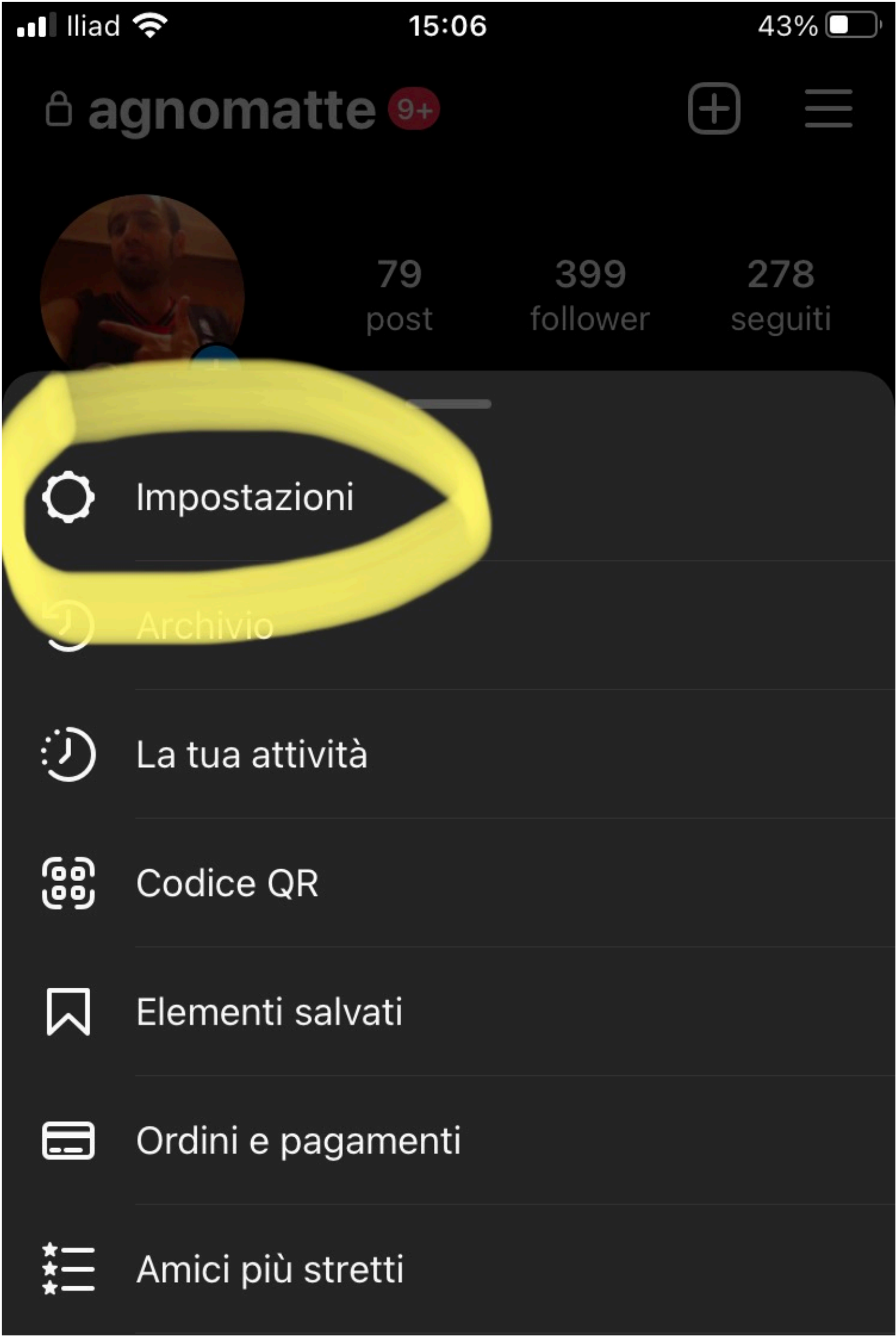
L'83% degli utenti di Instagram scoprono nuovi prodotti e servizi su Instagram (Facebook, 2019). Questo significa che stanno utilizzando Instagram come fonte di ispirazione.

Gli hashtag legati al mondo delle PMI sono molto popolari, in particolare #smallbusiness ha 77 milioni di post, #smallbusinessowner 14 milioni, e #smallbusinesstips quasi un milione.

QUALCHE NUMERO

Nell'agosto del 2016, **Instagram ha lanciato le storie**. Questa funzionalità ha cambiato tutto, permettendo agli utenti di pubblicare foto o video che restassero online e disponibili solo per 24 ore. Nel 2018 **500 milioni di profili usavano le storie di Instagram ogni giorno** (fonte: Instagram). Nel 2021 è la quasi totalità degli utenti a utilizzarle, l'87% di utenti instagram, secondo **99firms**. Inoltre, il 36% delle aziende le utilizza per promuovere i propri prodotti/servizi e **vendere su Instagram**.

Il 90% degli utenti di Instagram seguono almeno un profilo aziendale (99firms, 2021). Il che significa che le aziende hanno una grandissima opportunità di aumentare la loro base clienti grazie a Instagram. Instagram aiuta **l'81% dei suoi utenti a decidere se acquistare o meno un prodotto o servizio** secondo uno studio commissionato da Facebook (2019).



EGLI ALTRI?

TIKTOK

- Si tratta di una delle piattaforme social più popolari al mondo. Permette agli utenti di creare brevi video altamente virali utilizzando musica, filtri e altre funzionalità interessanti.
- TikTok permette a chiunque di diventare un creatore di contenuti virali
- Nel 2021, TikTok ha raggiunto ben **1 miliardo di utenti iscritti** alla piattaforma in tutto il mondo (TikTok, 2021), di cui 5,4 milioni solo in Italia (WeAreSocial, 2020). Ha superato persino siti ben più noti come Pinterest, Twitter o Snapchat.
- Il 41% degli utenti di TikTok ha fra i 16 e i 24 anni
- Gli utenti di TikTok trascorrono una media di **52 minuti al giorno** sulla piattaforma.

YOUTUBE

- YouTube è la piattaforma video più popolare al mondo
- Il punto forte della piattaforma è l'estrema semplicità con cui i creatori di contenuti possono condividere i loro video con un pubblico vastissimo
- YouTube ha 2 miliardi di utenti in tutto il mondo (Statista, 2019). In Italia, a dicembre 2019 si è rivelata la **piattaforma social preferita dagli italiani**, con 36,2 milioni di utenti, contro i 35,9 milioni registrati su Facebook
- Il 79% degli utenti di internet ha dichiarato di avere un account YouTube (Datareportal, 2019)
- Il **42% degli utenti italiani di YouTube** ha un'età compresa tra i 19 e i 44 anni
- Le statistiche YouTube evidenziano che il 62% dei business utilizza YouTube come canale per pubblicare contenuti video (Buffer, 2019), il che rende la piattaforma il secondo canale più popolare per condividere video, subito dopo Facebook

CONSIGLI PRATICI

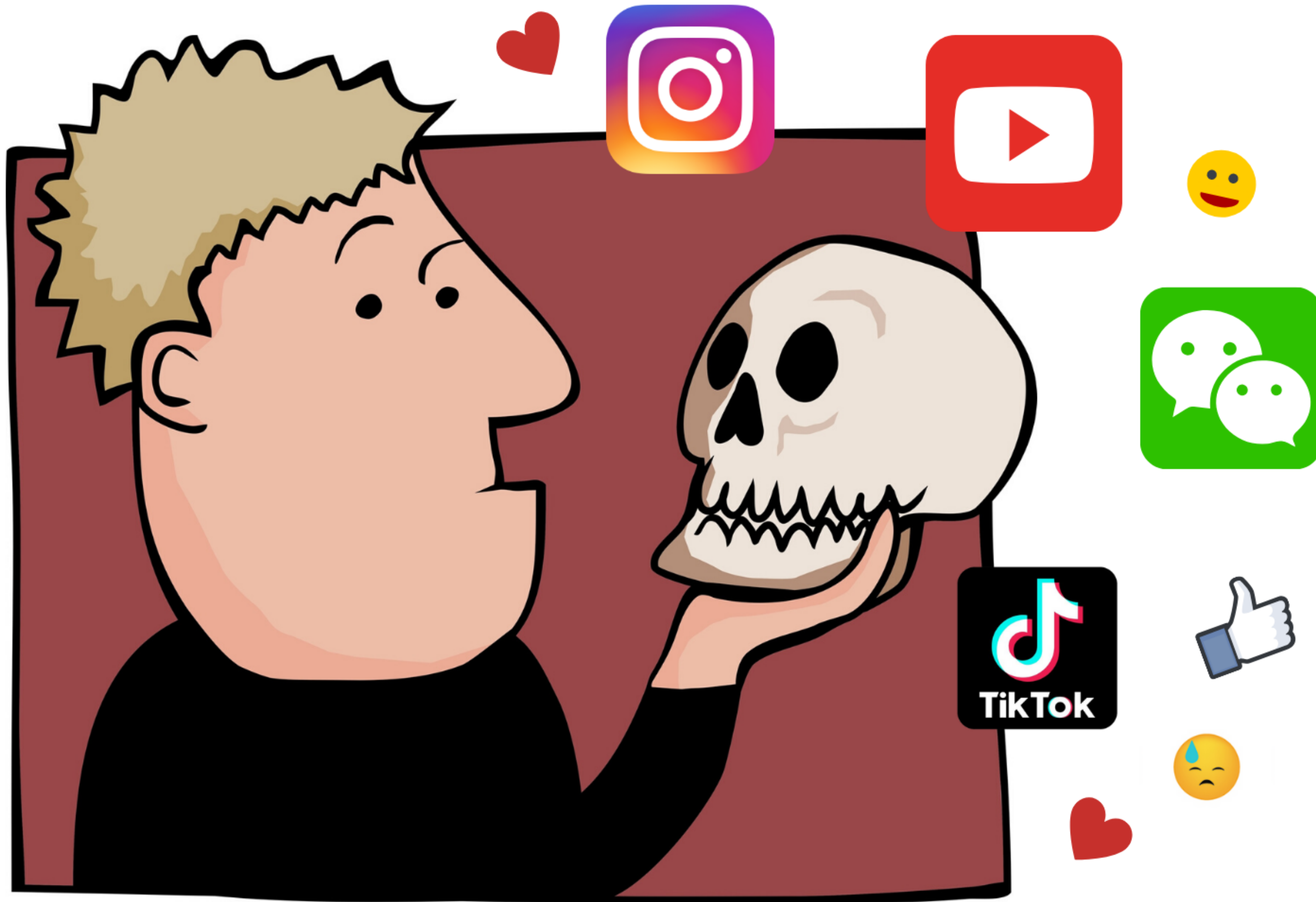
CONSIGLI PRATICI

- **Prima di partire dai social concentrati su una strategia più ampia di comunicazione: mi serve un professionista che mi faccia un piano? Quante risorse posso investire? Creo un sito per l'e-commerce?**
- **Scegli il/i social sulla base del tuo pubblico. Punti ai ragazzini? Investi su Tiktok. Hai dei prodotti valorizzati da foto e video bellissimi? Meglio Instagram. Il tuo pubblico è giovane tendente all'adulto e più propenso ad approfondire? La risposta è Facebook.**
- **Sii costante nella pubblicazione di contenuti. Aiuta molto impostare un calendario editoriale per pensare a cosa pubblicare nel medio/lungo termine sfruttando ad esempio le “giornate mondiali” o gli eventi collegati al proprio pubblico/gamma di prodotti e/o servizi**
- **Il tuo potenziale cliente deve sempre riconoscerti in quello che pubblichi, ma prova anche a sorprenderlo. Non usare sempre solo testo, o solo video, o solo foto. Alterna tutto per una comunicazione più “ricca”**
- **Come nel mondo reale all'inizio di una nuova pagina/profilo utilizza il passaparola degli amici per aumentare il tuo pubblico**
- **Usa WhatsApp per condividere i tuoi contenuti con i gruppi di amici, colleghi, familiari. Attenzione a “spammarlo” i clienti per questioni di privacy**

CONSIGLI PRATICI

- Non focalizzarti subito sui numeri. È importante crescere in modo progressivo, aumentare le interazioni (commenti e condivisioni) e soprattutto il tasso di conversione tra i numeri registrati online e i risultati offline sulla vostra attività/servizio
- Utilizzate, senza abusare, il real time marketing. Guardate i social di Taffo. Sfruttare le notizie del momento per far parlare di sé in modo arguto e originale
- A che ora si pubblica? Ci sono molte statiche ma la realtà è che giorno e orario migliore dipendono dal vostro pubblico, quindi ci arriverete solo con il tempo, facendo qualche prova.
- Per dare qualche dato: l'orario migliore per **pubblicare su Instagram** è intorno all'ora di pranzo (dalle 11 alle 13) e la sera, quando la maggior parte delle persone finisce di lavorare (tra le 19 e le 21). Per Facebook durante la settimana, tra le 13 e le 16, durante le ore di lavoro.
- Al 90% i contenuti che pubblicate sui vostri social vengono aperti da mobile e il tempo medio di attenzione è di 8 secondi prima che con il dato l'utente faccia scroll
- Ispiratevi, senza copiare spudoratamente, dai competitor
- Mettetevi il cuore in pace: senza fare alcune sponsorizzate, anche i contenuti più originali non raggiungeranno risultati virali

E ORA LE DOMANDE!



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE!**