

SOCIAL MEDIA MARKETING

Strumenti per valorizzare il tuo sito



TIPS&TRICKS DI LUCA CONTI

INDEX

- 3 Introduzione
- 5 Senza nome resta (comunque) un sogno
- 7 Strumenti da rivalorizzare: blog e newsletter
- 9 Social network: un capitolo a parte
- 11 La pubblicità per le imprese: dove farla online?

Intro

Introduzione

Luca Conti, consulente e formatore nel social media marketing, autore di numerosi libri su Facebook, Twitter, LinkedIn e ultimo uscito a metà 2015 Inbound marketing. Cura dal 2002 un blog su internet, media e tecnologia, Pandemia.info e scrive come freelance per molte testate, ultima Starbene su salute e digitale.

1

Senza nome resta (comunque)
un sogno

Senza nome resta (comunque) un sogno

Un nome con le carte in regola fa certamente la differenza ed è un buon modo per avviare una attività. Evitare nomi già usati all'estero e soprattutto noti o registrati, cercare un nome originale per tracciare meglio i risultati, tenere conto di come suona almeno in italiano e in inglese, per evitare brutte figure, più breve è meglio è (prenderne anche una versione ridotta è un bene).

2

Strumenti da rivalorizzare:
blog e newsletter

Strumenti da rivalorizzare: blog e newsletter

Un blog funziona se i suoi contenuti (testo, foto, video) sono utili, originali, offrono valore aggiunto al lettore / potenziale cliente o cliente. Perché dovrei leggere il contenuto sul tuo blog e non altrove? In questo senso la cura di contenuti altrui è un valido alleato.

La newsletter è uno di quei canali apparentemente poco di moda, ma evergreen. Social o non social, l'email è il canale di relazione diretta con il proprio pubblico che funzionava ieri e funzionerà domani. Una relazione calda, diretta, su misura, come non è possibile tenere su nessun altro canale. Non si improvvisa, ma si studia.

3

Social network:
un capitolo a parte

Social network: un capitolo a parte

Un sito web tradizionale è più efficace dei social network nel rendere più profonda una relazione con il proprio pubblico, più personale e meno standardizzata.

Un investimento sul futuro. Dobbiamo pensare al sito come ai contenuti che restano (stock) e ai social come il flusso (flow). Entrambi sono utili perché raggiungono obiettivi che contano: restare sul lungo termine, cogliere l'attenzione nell'attimo fuggente.

Per usare bene i social network: comprenderne le dinamiche, ognuno è diverso; la costanza di aggiornamento è un fattore chiave; i contenuti visuali dominano anche in questi spazi, video sempre di più; un calendario aiuta a pianificare le attività; misurare gli indicatori chiave per raggiungere gli obiettivi prefissati.

4

La pubblicità per le imprese:
dove farla online?

La pubblicità per le imprese: dove farla online?

Google adwords è la pubblicità che intercetta un bisogno nel momento in cui viene espresso. Facebook ads permette di raggiungere un pubblico estremamente profilato in base alle informazioni che lo stesso pubblico ha inserito su Facebook, spontaneamente.

Facebook funziona meglio per le imprese di beni di largo consumo, ma è per tutte le imprese, per farsi conoscere e trovare sul web. LinkedIn è il miglior strumento di relazioni professionali oggi disponibile. Relazioni tra persona e persona, più che tra azienda e clienti.