

DIGITAL PRO

di **DAVIDE ARMARI**
DIGITAL MARKETING SPECIALIST

CAPITOLO 4

SVILUPPARE UNA STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA MARKETING

LA STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA MARKETING PERFETTA

Se il marketing consiste nel mettere il tuo messaggio dove si trova il tuo pubblico (ed è la pura verità), allora sfruttare i social media sarà un gioco da ragazzi.

Eppure, molte aziende non riescono a sfruttare appieno i social media nei loro piani di marketing.

Si dilettono, certo, ma i loro sforzi strategici si concludono con contenuti e pubblicità.

È un grosso errore, ed ecco perché...

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Oggi, il 79% degli utenti Internet europei è su Facebook. Sei europei su dieci rimangono aggiornati sulle notizie attraverso i social media, mentre il 35% ha utilizzato i social media per cercare o ricercare un lavoro.

E questi stessi numeri si riflettono in tutto il mondo. C'è da meravigliarsi se ogni azienda vuole buttarsi sui social per far crescere la propria attività?

Il problema è che **“diventare social” non è così facile come sembra.**

C'è molto di più nel Social Media Marketing oltre alla semplice pubblicazione su Facebook, Instagram, LinkedIn, ecc...

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

In questo capitolo, tratteremo le basi di un programma di social media di successo, inclusi metodi, metriche e il gergo che utilizzerai per parlarne.

Tieni presente che c'è una grande differenza tra un social media manager e un community manager. Sì, entrambi gestiscono gli sforzi sui social media, ma il loro obiettivo è diverso.

Social Media Manager

I Social Media Manager parlano ad un pubblico per conto della tua azienda.

Community Manager

I Community Manager, d'altra parte, parlano con... beh... la tua comunità!

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Daide Armari | Digital Pro

METODI DI SOCIAL MEDIA MARKETING BEN ESEGUITO

Ci sono 4 fasi in un ciclo sociale di successo:

1. Ascolto Sociale
2. Influenza Sociale
3. Rete Sociale
4. Vendita Sociale

Tutte e 4 queste fasi sono fondamentali per raggiungere il successo sui social media.

Ma parte e dipende tutto dalla Fase 1: **Ascoltare**.
L'ascolto sociale ti dà le intuizioni necessarie per eseguire bene le altre 3 fasi.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Ti aiuterà a sviluppare una strategia che ti darà influenza, una rete forte e molti lead e vendite.

La chiave, ovviamente, è mettere le tue informazioni di fronte ai tuoi potenziali clienti e clienti ovunque si trovino online.

Per la maggior parte delle aziende, ciò include uno o più di questi principali siti di social network.

Si tratta quindi di eseguire il ciclo sociale riducendo al minimo i costi, il che significa che è necessario padroneggiare i metodi e le metriche per tutte e 4 le fasi.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

1. ASCOLTO SOCIALE

Come con qualsiasi strategia di marketing, devi iniziare con il tuo pubblico di destinazione.

Ecco perché il social media marketing inizia con l'ascolto: questa è la chiave per creare una **strategia di Social Media Marketing di successo.**

Che tu lo voglia o no, **le persone parlano di te, dei tuoi prodotti e dei tuoi servizi.** Condividono le loro esperienze con i tuoi prodotti. Stanno parlando delle cose che stai dicendo o facendo. Ti fanno persino domande.

Ad esempio possono esserci dei commenti positivi, a cui vorrai rispondere con entusiasmo.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Altri commenti invece non sono così positivi (e altri ancora sono decisamente negativi).

Hanno bisogno di **attenzione immediata** in modo che i follower sappiano che sei presente e accessibile.

È molto simile all'assistenza clienti.

E allo stesso modo, **può aiutare o danneggiare la tua percezione pubblica.**

Ogni giorno squilla il tuo "social phone".

Se non rispondi, lasci una cattiva impressione. È come se lasciassi incustodite le linee telefoniche.

Ma quando rispondi alla chiamata, ascoltando e rispondendo in modo appropriato, puoi connetterti con i tuoi fan e follower.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Puoi trovare e risolvere problemi di cui potresti non essere a conoscenza e creare una connessione positiva con il tuo pubblico.

La chiave è rendere l'ascolto la tua priorità numero 1 per poi passare alle altre 3 fasi.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Obiettivi dell'Ascolto Sociale

Quando provi ad "ascoltare" le conversazioni sui social, i tuoi obiettivi devono essere:

- Tenere traccia della percezione pubblica del tuo marchio.
- Individuare gli argomenti di cui devi parlare.
- Tenere d'occhio il trend del settore, dove sta andando, come viene percepito.
- Eseguire ricerche sui clienti.
- Condurre ricerche sui concorrenti.

In particolare, presta attenzione a queste 5 cose:

- **Il tuo marchio:** fai attenzione alle menzioni del nome della tua azienda, dei tuoi prodotti o di qualsiasi altra informazione identificativa.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Esempio: Apple potrebbe cercare le menzioni dell'orologio Apple o di qualsiasi cosa relativa a iOS.

- **Argomenti rilevanti per il tuo settore:** vuoi rimanere aggiornato sull'andamento del tuo settore. Quindi ascolta gli argomenti che le persone stanno sollevando, le loro domande, i loro dubbi e desideri a riguardo.

Esempio: Apple potrebbe seguire conversazioni su dispositivi tecnologici indossabili o fotocamere per smartphone.

- **I tuoi concorrenti:** cosa si dice di loro? È positivo o negativo? E cosa dicono di te i tuoi concorrenti?

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Esempio: i concorrenti di Apple potrebbero essere Android o Jeff Bezos. Sarebbe saggio guardare cosa dicono di loro.

- **Influencer:** ascolta gli argomenti di cui parlano i leader di pensiero e gli influencer e osserva i contenuti che stanno producendo. Sono tutti indizi su dove si sta muovendo l'industria.

Esempio: Apple dovrebbe probabilmente tenere d'occhio influencer che parlano di elettronica e innovazione.

- **Persone a contatto con il pubblico nella tua azienda:** fai attenzione alle menzioni della tua azienda da parte dei tuoi leader e influencer. Cosa si dice? È positivo o negativo?

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Esempio: le menzioni di Tim Cook possono rivelare la percezione pubblica di Apple.

Il tuo obiettivo è sintonizzarti sul sentimento pubblico verso il tuo marchio, il tuo settore e gli argomenti che riguardano il tuo marchio.

In un certo senso, è la gestione della reputazione. Ma può anche aiutarti a fornire un servizio clienti in tempo reale e identificare le lacune di prodotti o contenuti che devono essere colmate.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Metti al lavoro il tuo ascolto

L'ascolto è solo metà dell'equazione. Devi anche rispondere alle cose che vedi e senti.

Un "ciclo di feedback" strategico è il modo migliore per farlo.

Che cos'è un ciclo di feedback?

È un processo che crei per il tuo team da utilizzare quando si affrontano problemi che sorgono durante l'ascolto sociale.

Definisce chiaramente le persone o i reparti a cui devono essere indirizzati i problemi e chi ha la responsabilità di risolverli.

Ecco come funziona...

DIGITAL  **PRO**

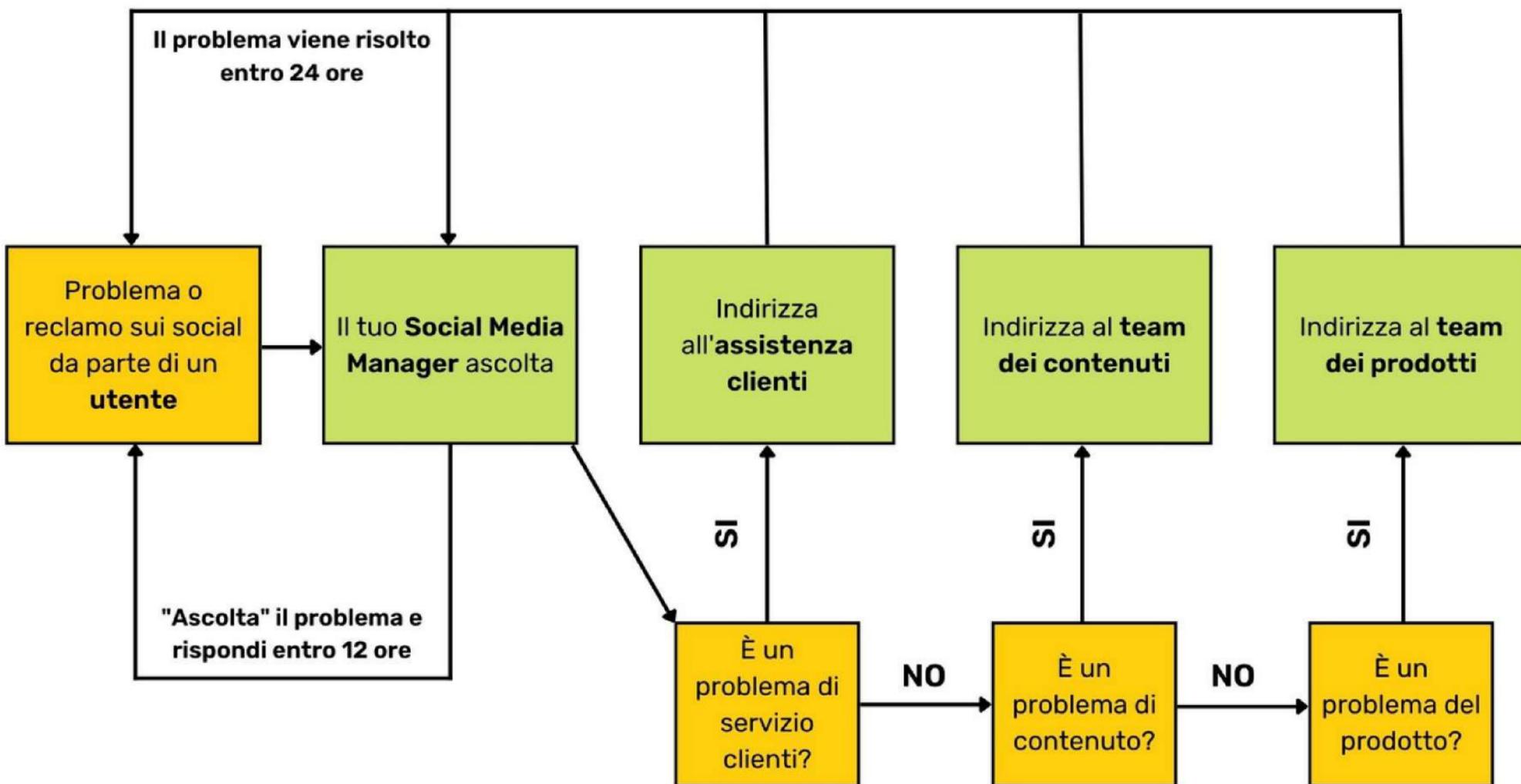
CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

DAVIDE ARMARI 🚀

ASCOLTO SOCIALE: IL CICLO DEI FEEDBACK



DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Delega un Social Media Manager (o un membro del tuo team) ad **ascoltare attivamente**.

Quando il tuo ascoltatore social vede un reclamo o un problema, ad esempio su Instagram, può rispondere con una risposta empatica come a dire: "sei stato ascoltato", quindi indirizzare poi il problema al team appropriato.

Ciò deve avvenire entro 12 ore dal reclamo/problema. Una volta che il problema è stato inoltrato alla persona appropriata, questo specialista risponderà al problema, con l'obiettivo di risolverlo completamente entro 24 ore.

Ecco perché funziona...

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Avere un ascoltatore sui social media è una buona cosa, ma nel mondo reale questa figura spesso **non ha le conoscenze o l'autorità specializzata per risolvere i problemi** che sorgeranno.

E a volte non saprà nemmeno chi dovrebbe occuparsi di questi problemi.

È così che i problemi vengono poi trascurati e dimenticati, con conseguenti danni incalcolabili al tuo marchio e alla tua azienda.

Ma con il ciclo di feedback, ciò non accadrà.

Questo diagramma di flusso mappa chiaramente i reparti più appropriati per la risoluzione di diversi problemi.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Per esempio:

- Chi è nell'**assistenza clienti** gestirà i problemi del servizio clienti.
- Chi è nel **team dei contenuti** gestirà i problemi relativi ai contenuti.
- Chi è nel **team del prodotto** gestirà i problemi del prodotto.

Quindi il tuo ascoltatore social saprà esattamente chi avvisare quando sorgono problemi e il tuo team di social media sarà in grado di rispondere rapidamente a tutto ciò che vede.

Dividiamo l'intero processo in 3 passaggi fondamentali:

Perché il social media marketing funzioni, devi renderlo **umano e autentico**.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Ecco il processo in 3 fasi per farlo:

1. **Rispondi rapidamente.** I social si muovono velocemente. Assicurati di rispondere entro 12 ore e di risolvere i problemi entro 24 ore.
2. **Empatizzare.** Fai una dichiarazione empatica il prima possibile: "Mi dispiace che tu ti sia imbattuto in questo", "So che è frustrante" o "Posso capire quanto sia importante per te".
3. **Spotalo su un canale privato.** Se non riesci a risolvere il problema in una frase o due, togliilo dai canali pubblici. Messaggi privati, e-mail o telefonate ti consentono di parlare in dettaglio senza che il resto dei tuoi follower aggiunga altro alla discussione.

Questo approccio **dimostra che stai ascoltando.**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Ti permette anche di esprimere compassione. E spostando la conversazione su un canale privato, fai sentire le persone come se ti fossi impegnato a dare loro una **soluzione reale**.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Daide Armari | Digital Pro

Metriche da tenere d'occhio

Cosa devi misurare per monitorare i tuoi sforzi di ascolto sociale?

- **Punteggio di reputazione.** Le persone sono felici o tristi quando parlano di te? Il tono è positivo?
- **Tasso di ritenzione.** Mantieni i clienti (e i follower)? Se no, perché?
- **Tasso di rimborso.** Riesci a risolvere i problemi senza dover emettere rimborsi?
- **Lacune del prodotto identificate.** Quali suggerimenti danno le persone per le nuove funzionalità del prodotto?
- **Lacune di contenuto identificate.** Quali contenuti dovresti sviluppare per rispondere alle domande e risolvere i problemi prima che si presentino?

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

2. INFLUENZA SOCIALE

In questa fase, il tuo obiettivo è **guidare e dirigere le opinioni, gli atteggiamenti e i comportamenti dei tuoi follower.**

E dal momento che hai ascoltato, è relativamente facile.

Conosci già gli argomenti di tendenza e le conversazioni in corso, quindi aggiungere la tua voce autorevole è il passaggio successivo naturale.

Quali sono i segnali che la tua influenza sta crescendo?

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

- **Ottieni più coinvolgimento:** più persone che condividono i tuoi post e persone che rispondono ai tuoi post.
- **I tuoi numeri di traffico aumentano:** le persone che fanno clic sui tuoi link aumentano.
- **Sviluppi una maggiore connessione mentale:** le persone condividono le loro domande, pensieri e opinioni con te e cercano con impazienza l'interazione con te.
- **Diventi un'autorità riconosciuta** e un marchio che la gente guarda con ammirazione.

Tieni presente che questa fase del ciclo di successo è influenzata dall'ascolto sociale che hai fatto nella Fase 1.

Ma la realtà è che continuerai ad ascoltare in ogni fase.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Obiettivi per l'influenza sociale

Durante questa fase del ciclo del successo sociale, stai cercando di:

- Aumentare il coinvolgimento con il tuo marchio e i tuoi contenuti.
- Avviare conversazioni sugli argomenti relativi alla tua attività.
- Aumentare il traffico sul tuo sito web.
- Far conoscere i tuoi prodotti e le tue offerte.
- Far crescere la tua lista di retargeting.

Il retargeting è una tattica avanzata che può aumentare significativamente i tuoi profitti. Perciò più persone interagiranno con domande e richieste i tuoi contenuti più persone in target potrai poi raggiungere in futuro per le tue offerte mirate.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Metriche da tenere d'occhio

Come fai a sapere che stai costruendo la tua influenza sociale?

- **Tasso di coinvolgimento.** Stai ricevendo più condivisioni e commenti sui social?
- **Traffico per canale.** Il traffico dai tuoi canali social dovrebbe aumentare nel tempo.
- **Offri consapevolezza.** Le persone vedono e rispondono alle offerte che fai sui social.
- **Crescita della lista di retargeting.** Attraverso il retargeting, sei in grado di mostrare le tue offerte alle persone che hanno maggiori probabilità di acquistare da te e queste rispondono scaricando i tuoi lead magnet e iscrivendosi.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

3. RETE SOCIALE

È in questa fase del ciclo sociale che ti connetti con altri influencer e autorità.

Il **Social Networking** (o Rete Sociale in italiano) è importante per tutte le aziende, sia che tu stia appena iniziando, scalando o espandendo in nuovi mercati.

Può essere utile pensare al social networking come a un evento dal vivo, tranne per il fatto che le tue interazioni sono online piuttosto che faccia a faccia.

Dopotutto, il networking è networking, non importa dove (o come) accade. E **può portare a relazioni profonde e durature, sia con i tuoi follower che con potenziali partner.**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Il processo di social networking

Ogni volta che pubblichi un articolo sul tuo blog, produci un nuovo contenuto o hai una nuova offerta, creerai post sui social media progettati per i canali su cui stai pubblicando (pensa ai contenuti "nativi" come post, stories, reels).

Dovrai condividere anche contenuti preziosi per il tuo target da colleghi e, sì, anche dai tuoi concorrenti. Se riguarda l'argomento principale del tuo marchio e aiuta i tuoi follower, vale sempre la pena condividerlo. Interagirai anche con le persone uno a uno, sia facendo che rispondendo alle domande.

Questo è tutto.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Adottando un approccio simile, non attirerai solo nuovi follower felici, ma **creerai anche una buona reputazione e forti alleanze** con i marchi che condividi.

Ad esempio, ho condiviso costantemente contenuti da altre Web Agency che inizialmente hanno consolidato la mia rete sociale.

Successivamente alcune di queste relazioni si sono trasformate anche in solide partnership.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

I tuoi obiettivi di social networking

Durante questa fase del ciclo del successo sociale, il tuo obiettivo è:

- Condividere tutti quei contenuti che colmano i vuoti lasciati dai tuoi contenuti.
- Crearti una buona reputazione nei confronti di marchi simili ai tuoi.
- Nel tempo, trasformare quella buona reputazione in partnership redditizie così da creare un ciclo virtuoso.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Metriche da tenere d'occhio

Per misurare la forza del tuo social networking, guarda queste metriche:

- **Numero di link in entrata.** Una rete forte si tradurrà in più backlink ai tuoi contenuti, più link pertinenti in entrata ci saranno e più Google ti premierà dandoti maggiore visibilità.
- **Numero e qualità delle menzioni.** Considera la pertinenza e il valore delle menzioni, da chi provengono e il valore di quelle menzioni.
- **Numero e qualità delle partnership strategiche ottenute.** Ti stai rivolgendo a potenziali partner o loro stanno contattando te? Quanto sono rilevanti quei marchi per la tua attività e qual è il valore di tali relazioni?

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro



DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

4. VENDITA SOCIALE

La quarta e ultima fase del ciclo del successo sociale è la vendita sociale.

È qui che il social media marketing diventa interessante.

Dopo aver ascoltato i tuoi potenziali clienti, aver creato autorità nel tuo settore e aver stabilito una rete forte, puoi iniziare a presentare le tue offerte alle persone e a convertirle.

Com'è fatta la vendita sociale di successo? La risposta breve è **Funnel**. Ma utilizzerai più canali per attirare le persone in quei funnel, dal blog al retargeting alla pubblicità pay-per-click.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Quindi, ad esempio, guiderai il tuo pubblico con i contenuti del blog perfettamente mirati e in **quel contenuto incorporerai un'offerta di attivazione.**

Dopodichè promuoverai il contenuto nei social media (sfruttando le fasi 2 e 3 di questo ciclo).

La tua promozione social indirizzerà il traffico ai tuoi contenuti, dove vedranno la tua offerta.

Se risponderanno, farai immediatamente un'offerta di **upsell**, un prodotto a basso prezzo progettato per convertire rapidamente il tuo nuovo lead in un cliente.

Chiamiamo quel prodotto un **tripwire entry-level.**

Ma cosa succede se un visitatore non risponde alla tua offerta?

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Lo reindirizzerai con un annuncio pertinente, in modo che riceva più input che potrebbero portare a una conversione dopo che ha lasciato il tuo sito web.

L'annuncio lo porterà a un funnel, dove gli verrà offerto lo stesso lead magnet (o correlato) e quindi un prodotto entry-level.

Naturalmente, dovresti anche provare a fare upsell e cross-sell a clienti esistenti.

Ad esempio, se dei clienti acquistano una copertura per il patio, probabilmente sono sul mercato per i mobili da giardino.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

L'azione giusta in questo caso è **fare retargeting con l'offerta successiva in linea con il prodotto acquistato in precedenza**, come potrebbe essere un divanetto o panca da posizionare sotto la copertura e che quindi potrebbe interessargli.

Il punto è questo: non creare semplicemente un'offerta.

Crea un percorso di acquisto che aumenti il lifetime value di ogni cliente il più possibile, in modo che spendano il più possibile con il minor sforzo.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Obiettivi per la vendita sociale

I tuoi obiettivi in questa fase sono:

- Generare lead per far crescere la tua mailing list.
- Acquisire nuovi clienti e upsell/cross-sell di clienti esistenti.
- Aumentare la frequenza degli acquirenti, trasformando i clienti occasionali in fan entusiasti dei tuoi prodotti.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Metriche da tenere d'occhio

Per monitorare il tuo successo nelle vendite sui social, guarda queste metriche:

- **Numero di lead.** Nel corso del tempo, la tua lista di email mostra una crescita.
- **Tasso di conversione dell'offerta.** Le tue offerte stanno convertendo? Forse la tua offerta non è pertinente o non è abbastanza vicina al desiderio dei tuoi potenziali clienti.
- **Frequenza di acquisto dell'acquirente.** L'obiettivo è che i tuoi clienti acquistino ripetutamente e spesso.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

IL LINGUAGGIO NEL SOCIAL MEDIA MARKETING

Conoscere il gergo ti aiuterà a comunicare ciò che stai facendo con altri professionisti.

Ecco 5 termini che devi conoscere:

Offerta “Valore prima di tutto”.

Il social media marketing è uno dei canali del tuo marketing, il che significa che devi creare un ambiente in cui puoi fare offerte di successo.

Le offerte appropriate per i canali social includono:

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

- **Contenuti preziosi.** Collegamenti a contenuti con offerte e inviti all'azione incorporati.
- **Lead Magnet.** Questi sono progettati per ottenere traffico freddo nel tuo funnel.
- **Tripwires, o offerte flash in super sconto.** Usali per upsell e cross-sell di clienti nuovi ed esistenti.

Ciclo di feedback

Hai bisogno di un sistema in cui i problemi, i reclami, gli elogi e altri commenti utili "ascoltati" durante l'Ascolto Sociale siano indirizzati alla persona corretta nel tuo business.

Ciò semplificherà l'assistenza dei clienti sui social in 3 fasi:

1. Riconosci le preoccupazioni.
2. Inoltra il problema alla persona giusta.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

3. Elimina il problema dai canali pubblici e risolvilolo in modo tempestivo.

Omnicanalità

Gran parte del successo del social media marketing è la frequenza dei "touchpoint". Se sei su più di un canale social e le persone ti vedono su più canali, crei una curva di esposizione.

Questo è ciò che si chiama rimbalzo dei social media: un follower dei social media su un canale è esposto al tuo marchio su un altro canale.

Prendi McDonalds, per esempio.

Per prima cosa, lo vedi su un cartellone pubblicitario con il nuovo menu da provare assolutamente.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Poi la stessa promozione la trovi su Facebook, Instagram, sui banner dei siti web.

Il tuo obiettivo è fare lo stesso: interagire con i tuoi follower su tutti i tuoi canali, immergendoli completamente nel tuo marchio.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

LE METRICHE DI SUCCESSO NEL SOCIAL MEDIA MARKETING

Abbiamo parlato di metriche specifiche per monitorare le 4 fasi del tuo ciclo sociale, ma ci sono alcune altre metriche che possono mostrarti se stai davvero sfruttando bene la tua strategia sui social media.

Ecco 3 metriche che devi guardare:

Tasso di "applausi"

Ogni condivisione e menzione sui social è una forma di applauso.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Perché ammettiamolo, nessuno condivide qualcosa che non percepisce come prezioso. Misura la somma totale di tutte le condivisioni social (Facebook, Mi piace, Tweet, condivisioni LinkedIn, ecc.) e commenti (positivi si spera) su un contenuto.

Traffico per canale

È importante sapere da dove proviene il tuo traffico. Quindi usa uno strumento come Google Analytics in grado di misurare il tuo traffico social per canale.

Un sacco di coinvolgimento indica che hai trovato un argomento interessante per il tuo pubblico.

Un basso coinvolgimento ti dice che hai fatto fiasco.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Conversioni dai social media

Una volta che conosci il traffico proveniente dai canali social, il passo successivo è calcolare le tue conversioni dai social media.

Vuoi conoscere la percentuale di visite dai social media che intraprendono l'azione che stai guidando su una pagina web, per farlo ecco la formula:

[traffico dai social media] diviso per [traffico totale]

Questo sarà il numero su cui lavorare. Più alto è il tuo tasso di conversione, maggiore sarà il successo del tuo Social Media Marketing.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

CHI DOVREBBE GESTIRE IL TUO SOCIAL MEDIA MARKETING

Una volta comprese le basi del social media marketing, devi identificare le persone che saranno responsabili della gestione del tuo successo. Non c'è una risposta giusta. Dipenderà dalla tua organizzazione e dai tuoi obiettivi. Ma nella maggior parte dei casi, troverai la soluzione migliore in uno di questi tre dipartimenti.

Marketing

Il marketing e i social media si integrano così strettamente che è difficile dire dove finisce uno e inizia l'altro.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Poiché stanno già partecipando attivamente ai social media per lavorare sul tuo brand, i professionisti del marketing potrebbero essere adatti per gestire/dirigere correttamente i tuoi sforzi sui social media.

Vendite

Come il marketing, le vendite di successo dipendono dall'essere pertinenti e attuali con rispetto al tuo pubblico target. I venditori spesso utilizzano i social media per interagire con i potenziali clienti, identificare i punti di discussione e capire cosa conta di più per le persone che valutano i loro prodotti.

Perciò se hai un team di vendita, qualcuno della squadra potrebbe essere adatto per gestire/dirigere il tuo programma di social media.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Relazioni pubbliche (PR)

Le PR si basano sulla creazione di una percezione positiva del marchio ed è già incentrato sul cliente, il che lo rende social di default.

Community manager

Un'ultimo possibile ruolo da considerare è il tuo community manager, se ne hai uno.

I social media significano essere presenti e coinvolgere veramente i tuoi fan e follower. Questa è più o meno la definizione di community manager.

Se hai già una comunità o un gruppo sui social attivo, il tuo community manager potrebbe essere adatto per questo ruolo. I community manager creano, mantengono e incoraggiano le relazioni.

DIGITAL  **PRO**

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

RIASSUMENDO

Che ci piaccia o no, viviamo in un mondo social. I tuoi clienti sono sui social network e condividono esperienze e opinioni relative a te, al tuo marchio e al tuo settore.

Li stai ascoltando nel modo corretto?

L'approccio che ho condiviso con te in questo capitolo ti aiuterà a creare un piano strategico per i social media che ti aiuti a tenere il passo con le conversazioni che si svolgono online, oltre a metterti di fronte ai tuoi clienti e ad aiutarti a guidarli nel tuo percorso, interagire con loro e vendergli i tuoi prodotti.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Davide Armari | Digital Pro

Ma c'è un altro modo (più diretto) per avere conversazioni con i tuoi potenziali clienti e clienti:
l'E-mail Marketing.

Ed è un **elemento fondamentale della tua strategia di marketing digitale** (molto spesso sottovalutato).
L'e-mail è senza dubbio il modo più efficace per spostare i potenziali clienti attraverso il Customer Journey.

Sarà anche il tuo strumento per massimizzare il numero di clienti fedeli e vendite ripetute.

Quindi non mancare.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

VAI AL CAPITOLO 4