Social media manager. Chi è? Cosa fa? Perché è necessario per la tua azienda?

di Paolo Franzese



Social Media Manager, una professione per molti sconosciuta e per altri minimizzata.

Una figura sempre più presente e necessaria per far decollare un'azienda sul Web.

Ma chi è esattamente il Social Media Manager?

E' un professionista che si occupa di gestire i contenuti di un'azienda sui social e sul web per fare in modo che questa venga **trovata dai potenziali clienti**.

Il **Social Media Manager** deve avere conoscenza delle principali piattaforme social, sul loro uso e sull'interpretazione e l'analisi degli **Insights**. Deve avere una buona capacità di scrittura, corretta e di facile lettura, un giusto e mirato utilizzo degli **hashtag**, quando necessari.

Una professionalità che deve essere sempre al passo con le nuove tendenze riuscendo a carpire, prima degli altri, quali siano gli argomenti più interessanti e attinenti al target dell'azienda per coinvolgere pubblico.

Dovrà avere competenze tecniche su come lavorare su immagini, video, testi e musica, facendo molta attenzione ai diritti di **copyright** e proponendo sempre contenuti nuovi ed inediti.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Oggi vogliamo parlare della figura del **Social Media Manager** con **Caterina**, libera professionista che da anni ha comprovata esperienza in **Web Content Management**, **Social media Management**, **Social media Strategy**, **SEO Strategy**.

Domanda: In cosa consiste il tuo lavoro?

Caterina: Creo contenuti sui siti, blog e piattaforme social tali da attirare clienti per il target delle aziende.

Domanda: sembra facile…

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Caterina: Si sembra…in realtà non lo è. Dato l'utilizzo di massa dei social e del web, spesso questa professionalità viene minimizzata e pensata alla portata di tutti. In realtà è necessario un grande studio, una formazione continua ed una capacità di tenersi sempre aggiornati ai cambiamenti, osando il nuovo. Non c'è improvvisazione, è necessario creare piani redazionali per pubblicare immagini, video o testi accattivanti che riescano a catturare l'attenzione del pubblico. Vietato copiare! Non solo per il pericolo di incorrere in problemi legati ai diritti di copyright, ma anche per evitare le penalizzazioni da parte dei motori di ricerca.

Forse il gestore del sito da dove avete "rubacchiato" la foto o il testo non se ne accorgerà, ma Google sì, e vi porterà in basso alle posizioni dei motori di ricerca.

Domanda: Come hai iniziato questa professione?

Caterina: Un po' per caso, un po' per necessità, un po' per fortuna… Ho lavorato per molti anni come **responsabile marketing e distribuzione nel settore auto** poi… ho dovuto reinventarmi. La fortuna è stata nel trovare **persone speciali che hanno creduto in me**. La prima **Paolo Franzese** che mi ha proposto questo tipo di lavoro. Da questa proposta ho iniziato a studiare, giorno e notte, sperimentando, provando strategie… poi il mio primo cliente: **Cira Lombardo** che mi ha dato grande fiducia affidandomi la gestione del suo blog. Da questo punto di partenza ne sono arrivati molti altri fino a farmi divenire una vera **libera professionista freelance**.

L'importante è credere che si può fare!

Domanda: cosa ti piace del tuo lavoro?

Caterina: il poter utilizzare la creatività legata al web e agli strumenti tecnici di analisi. La dinamicità di questa professione dove non c'è mai un punto di arrivo

Domanda: cosa non ti piace del tuo lavoro?

Caterina: non mi piace che molti si proclamino **esperti di questa professione con troppa leggerezza**. Non basta saper scrivere un post su facebook o scattare qualche foto per Instagram per essere un Social media Manager. Mi scontro spesso con ***"consigli"*** completamente errati e che vanno contro la buona reputazione di una azienda sul web.

Domanda: perché il **Social Media Manager è necessario** per una azienda?

Caterina: l'attività sui social fatta in modo corretto garantisce all'azienda grande visibilità, creando per essa un'identità personale ed una reputazione web. Il social Media Manager deve essere scelto con molta attenzione. **Non affidatevi all'amico, o al cugino che "smanettano su facebook"**. Pensate al Social Media Manager come se doveste scegliere il miglior luminare per una difficile operazione chirurgica.

Domanda: come si diventa social media manager?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Caterina: sono necessarie doti di creatività, strategia e immaginazione, oltre alle competenze tecniche di uso dei social, del web e degli strumenti informatici. La formazione è continua, il web è movimento e non ci si deve mai fermare. Poi l'esperienza si fa sul campo, sperimentando strategie in modo personale.

Ringraziamo Caterina per questa breve intervista. Ora abbiamo sicuramente le idee più chiare sulla figura professionale del **Social Media Manager**.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 13 Marzo 2017

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons