Come sta cambiando il social media marketing

di Paolo Franzese



Come sta cambiando il social media marketing? Qualcosa sta per succedere, sento nell'aria un forte cambiamento per i social media, tu sei pronto per questo?

Prima di aprire una riflessione su ciò che sta cambiando, assicurati di iscriverti alla mia newsletter:

Come sta cambiando il social media marketing? La pandemia ha cambiato tutto.

La pandemia cambia

Dal 2020, con la **pandemia** e i relativi lockdown, le aziende sono state costrette a prendere sul serio il digitale, e il marketing digitale. Lo vediamo ogni giorno, le vedi anche tu, le tue abitudini verso il digital sono cambiate. Dimmi la verità hai appena acquistato questo prodotto su Amazon? Vedi che è davvero tutto cambiato.

Sono tantissime le aziende che non possono più affidarsi al "traffico pedonale", me lo dicono ogni giorno quando passeggio per strada:

> Non c'è più nessuno per strada!

Le aziende non riescono a generare entrate con il traffico pedonale a causa dei lockdown e distanziamento sociale, tutto questo ha portato a un'enorme esplosione in due settori:

- marketing digitale;
- social media.

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

Questi sono i migliori canali per le aziende da sfruttare, devi puntare qui, la domanda in questi settori è veramente esplosa. Se poi guardiamo alle statistiche e le discussioni che ho condiviso nel gruppo IMAGINERS, possiamo dire, quasi con certezza, che si compra sempre più spesso dai marchi che si seguono sui social.

Vedo un oceano diventare sempre più rosso, la concorrenza cresce.

Cresce anche la volontà dei consumatori di utilizzare questi canali (marketing digitale e social media) per prendere decisioni d'acquisto, i social media diventeranno sempre più competitivi. Cosa accade quando tutte le aziende migliorano il loro modo di fare social media marketing? Accade che la guerra per l'attenzione si farà sempre più difficile.

Ti ho già parlato precedentemente di come competere in queste condizioni, ora vediamo insieme dei fattori chiave che ti faranno neutralizzare la concorrenza.

Tra poco capirai come differenziarti dalla concorrenza.

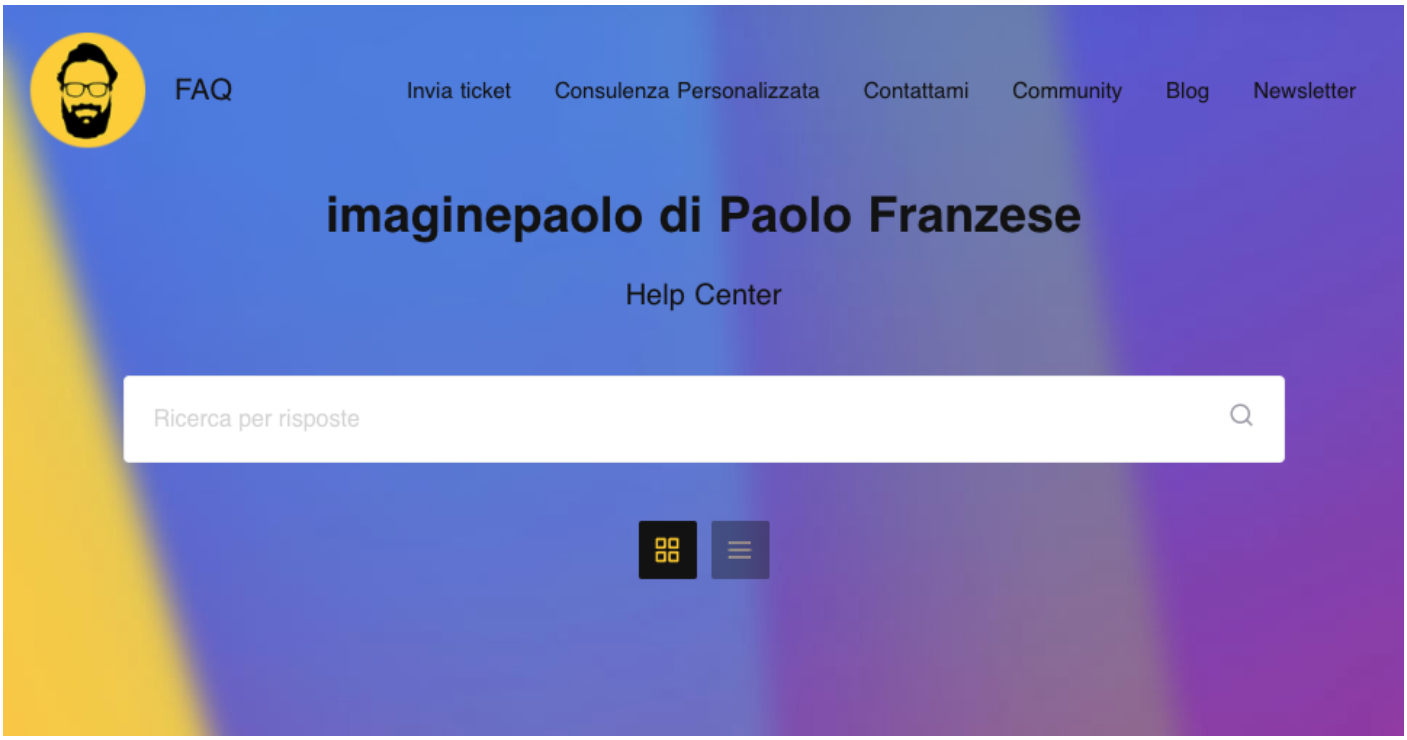
Come sta cambiando il social media marketing? Sii tempestivo nel rispondere alle domande.

Servizio clienti

Per differenziarti realmente il primo modo è rispondere con il **servizio clienti** in modo tempestivo.

? **Nota**: se hai testato il mio servizio clienti, lascia nei commenti qui sotto un tuo feedback e fammi sapere come ti sei trovato.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Rendi unica ogni interazione con i tuoi clienti con un software di supporto intelligente.

Sai benissimo quanto è odioso avere un problema da risolvere, chiedere aiuto e ricevere la risposta dopo giorni. Oggi le persone vogliono una risposta subito, nessuno vuole più aspettare, specialmente in quest'epoca così digital.

Il tempo è tutto, un servizio clienti che risponde velocemente è una potentissima leva di persuasione.

Molti utenti dei social sono affascinati dai marchi che hanno un servizio clienti velocissimo, anche su Facebook c'è una metrica che visualizza la tua "**reattività**" nelle risposte.

Il mio consiglio è proprio questo, dimostra reattività e rispondi ai clienti in modo tempestivo, a qualsiasi ora. Ma non finisce qui, devi dimostrare di comprendere ciò che stanno chiedendo e di dare loro ciò di cui hanno bisogno.

Quindi trova un buon sistema per capire cosa vogliono e di cosa hanno bisogno le persone (le tue persone)? Mentre crei contenuti ricordati dei tuoi clienti, perché devi servirli a dovere e rispondere ai loro bisogni.

Elabora la tua idea e verifica se c'è richiesta, può essere la migliore idea del mondo ma se non c'è richiesta non andrà mai bene.

Qui non si parla di te e del tuo brand, si parla di come puoi servire i tuoi clienti e il tuo pubblico.

Come sta cambiando il social media marketing? Conosci in profondità i tuoi potenziali clienti.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Contenuti killer

Crea i tuoi **contenuti killer**, sii come un cecchino, per centrare il bersaglio devi sapere due cose:

- Chi sono i tuoi potenziali clienti;
- Cosa vogliono e di cosa hanno bisogno.

Se risponderai a queste domande riuscirai a differenziarti, riuscirai a farti spazio tra tutti questi brand che pubblicano contenuti solo perché amano mettere in risalto i propri:

- Prodotti;
- Servizi;
- Marchi.

Il miglior modo per misurare questa metrica e quello di vedere quale contenuto, tra i tuoi diversi contenuti, ha ottenuto il maggior coinvolgimento. Impara a capire cosa coinvolge di più dei tuoi contenuti:

- Formato;
- Messaggio;
- Contenuto;
- Video;
- Testo.

? **Nota**: osserva i tuoi post e segnati cosa ti fa ottenere più coinvolgimento. Man mano che scopri i tipi di contenuto che tendono a funzionare bene, fanne di più con quelle caratteristiche.

I contenuti che non performano non farli mai più, solo ogni tanto prova a pubblicarli di nuovo, perché magari le tendenze cambiano e alla gente potrebbero piacere di nuovo.

Se segui questi suggerimenti starai al passo con il trend e inizierai a migliorare il tuo **engagement**.

Come sta cambiando il social media marketing? Stai sul pezzo e crea più contenuti culturalmente rilevanti.

Stai sul pezzo

Stai ad ascoltare cosa succede nel mondo e allineati agli eventi, sempre più brand creano i contenuti intorno a eventi culturali che hanno mobilitato l'attenzione pubblica (*Greta Thunberg*, *Black Lives Matter*, *Olimpiadi*, …).

Stai sul pezzo ed ascolta la rete.

? **Nota**: crea contenuti su questa tipologia di eventi, crea contenuti soprattutto per quegli eventi che vuoi supportare. Credere in qualcosa, che sia eticamente corretto, supportare eventi, supportare persone diverse e diverse culture e generi è un'ottima soluzione di comunicazione.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Quello che puoi fare è “sfruttare” questi movimenti, mostrare che che sei lì con loro, e se puoi, fai qualcosa che possa legare la tua azienda a quei movimenti. Ho indicato “sfruttarli” tra virgolette perché non devi solo *sfruttarli* per realizzare un profitto ma devi *sfruttare* questi eventi per aiutare le persone.

Tutto ciò creerà una situazione vantaggiosa per tutti, ma fallo solo se ci credi veramente, solo se ci tieni davvero.

Come sta cambiando il social media marketing? Un modo per stare sul pezzo è pubblicare, per esempio, un post sul tema “**Giornata Mondiale**”.

Elenco di tutte le Giornate Mondiali

Per popolare il tuo calendario editoriale, una delle attività più consigliate, è importante conoscere in anticipo le giornate mondiali in modo avere già di cosa parlare.

È importante organizzare e pianificare i contenuti, ma io dico sempre che un buon profilo comunica quando c’è veramente qualcosa da comunicare e non per sola FOMO (Fear Of Missing Out).

È sicuramente importante cavalcare l’onda con i trend del momento, per questo motivo ti fornisco qui di seguito un elenco con tutte di tutte le Giornate Mondiali:

4 GENNAIO – Giornata Mondiale del Braille

24 GENNAIO – Giornata Internazionale dell’Educazione

27 GENNAIO – Giornata Internazionale Memoria Vittime Olocausto

2 FEBBRAIO – Giornata Mondiale delle Zone Umide

16 FEBBRAIO – Giornata Mondiale delle Balene

27 FEBBRAIO – Giornata Internazionale dell’Orso Polare

3 MARZO – Giornata Mondiale della Fauna Selvatica

14 MARZO – Giornata Internazionale di Azione per i Fiumi

15 MARZO – Giornata Mondiale dei Diritti dei Consumatori

20 MARZO – Giornata Mondiale del Passero

21 MARZO – Giornata Mondiale Sindrome di Down

21 MARZO – Giornata Internazionale delle Foreste

21 MARZO – Giornata Mondiale del Legno

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

21 MARZO – Giornata Mondiale della Semina

22 MARZO – Giornata Mondiale dell’Acqua

7 APRILE – Giornata Mondiale della Salute

21 APRILE – Giornata Mondiale della Migrazione dei Pesci

22 APRILE – Giornata della Terra

24 APRILE – Giornata Mondiale per gli Animali da Laboratorio

25 APRILE – Giornata Mondiale del Pinguino

2 MAGGIO – Giornata Mondiale del Tonno

16 MAGGIO – Giornata Internazionale della Luce

20 MAGGIO – Giornata Mondiale delle Api

23 MAGGIO – Giornata Mondiale delle Tartarughe

24 MAGGIO – Giornata Europea dei Parchi

31 MAGGIO – Giornata Mondiale senza Tabacco

5 GIUGNO – Giornata Mondiale per l’Ambiente

9 GIUGNO – Giornata Mondiale per il Triangolo dei Coralli

16 GIUGNO – Giornata Mondiale della Tartaruga Marina

17 GIUGNO – Giornata Mondiale contro la Desertificazione

18 GIUGNO – Giornata della Gastronomia Sostenibile

21 GIUGNO – Giornata Mondiale della Giraffa

22 GIUGNO – Giornata Mondiale della Foresta Pluviale

11 LUGLIO – Giornata Mondiale della Popolazione

26 LUGLIO – Giornata Internazionale per le Mangrovie

28 LUGLIO – Giornata Mondiale della Conservazione della Natura

29 LUGLIO – Giornata Mondiale della Tigre

30 LUGLIO – Giornata Mondiale dell’Amicizia

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

10 AGOSTO – Giornata Mondiale del Leone

12 AGOSTO – Giornata Mondiale dell’Elefante

19 AGOSTO – Giornata Umanitaria Mondiale

5 SETTEMBRE – Giornata Mondiale d’azione per l’Amazzonia

16 SETTEMBRE – Giornata per la Preservazione dello Strato di Ozono

18 SETTEMBRE – Giornata Mondiale per il Monitoraggio delle Acque

21 SETTEMBRE – Giornata Internazionale della Pace

21 SETTEMBRE – Giornata Zero Emissioni

22 SETTEMBRE – Giornata Mondiale senza Auto

26 SETTEMBRE – Giornata per l’eliminazione delle Armi Nucleari

4 OTTOBRE – Giornata Mondiale degli Animali

23 OTTOBRE – Giornata Internazionale del Leopardo delle Nevi

1 NOVEMBRE – Giornata Mondiale Vegan

29 NOVEMBRE – Giornata Internazionale del Giaguaro

30 NOVEMBRE – Giornata in Memoria Vittime Guerra Chimica

5 DICEMBRE – Giornata Mondiale del Suolo

10 DICEMBRE – Giornata Mondiale dei Diritti Umani

11 DICEMBRE – Giornata Internazionale della Montagna

Non fare solo qualcosa per il marketing, fai qualcosa perché ci tieni davvero, ascolta cosa sta attraendo il tuo pubblico e crea contenuti che risuonano con quegli argomenti.

Come sta cambiando il social media marketing? Fai generare i contenuti dai tuoi utenti.

User Generated Content

User generated content (UGC), sono contenuti, resi disponibili e liberamente accessibili, di varia natura postati e liberamente condivisi dagli utenti su:

- Blog;
- Gruppi (forum);
- Social media;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Wiki.

I contenuti generati dagli utenti sono incredibili, se solo tu potessi scegliere, cosa sceglieresti A o B?

A. Passare il tuo tempo a scervellarti per creare un contenuto?
B. Oppure far creare un contenuto da altre persone?

Come sta cambiando il social media marketing? Nei tuoi contenuti insegna a comprarti.

Contenuti educativi

> Don’t Sell… Teach

Crea **contenuti educativi** sui prodotti o servizi che offri, questa è la differenza tra vendere e presentarsi, vendere è fantastico, ma pensa quanto sarebbe potente farti vedere e fare in modo che tutto generi vendite per te.

Se hai un prodotto non concentrarti solo sulla vendita, concentrati sull’educare gli utenti ad acquistare il tuo prodotto.

Dovresti essere in grado di mostrare il tuo prodotto in un modo che ruoti intorno ai tuoi clienti, intorno ai:

- Problemi;
- Bisogni;
- Desideri.

Non devi solo provare a vendere, ma aiutali a risolvere quei problemi.

Quando inizi a interagire con altre persone in questo modo e quando i brand dimenticano di farlo, otterrai molto di più *engagement* del tuo pubblico.

Il tuo impegno con loro deve essere attivo, impara a:

- Rispondere ai loro commenti;
- Rispondere alle loro domande;
- Guardare il loro profili;
- Leggere le loro risposte;
- Coinvolgere le loro reti sui social;
- Fare storie e taggare persone per coinvolgerle.

Tutti questi consigli ti aiuteranno a crescere sui social, ti aiuteranno a fare meglio.

Se hai bisogno di aiuto con il tuo **social media marketing**, puoi contattarmi per una consulenza personalizzata.

Se hai domande lascia un **commento** qui sotto, ti risponderò, ti aiuterò, se questo articolo ti è

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

piaciuto condividilo e grazie per il tuo tempo.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 31 Gennaio 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons