Come promuovere un evento con i social media

di Paolo Franzese

Come promuovere un evento con i social media? Mentre stai leggendo questo articolo ci sono *migliaia e migliaia* di eventi che vengono promossi sui social media. Con questo articolo ho pensato di offrirti gli strumenti di cui hai bisogno per avere successo nella promozione del tuo evento sui social media.

Lo strumento più efficace

La maggioranza dei professionisti degli eventi, wedding planner e co., afferma che i social media sono di gran lunga lo **strumento più efficace** per promuovere gli eventi, infatti i primi social network per promuovere gli eventi in base alla classifica dei professionisti degli eventi sono:

1. Facebook;
2. LinkedIn;
3. Twitter;
4. Instagram;
5. TikTok.

Per cui ora ti spiegherò passo passo, come assicurarti che la tua **campagna di marketing** per sponsorizzare il tuo evento sui social media:

- Sia super vivace;
- Abbia la migliore riuscita possibile;
- Raggiunga i miliardi di utenti.

Se questo argomento ti interessa, anche nella newsletter IMAGINERS NL condivido ogni settimana suggerimenti per crescere sui social, iscriviti adesso:

Come promuovere un evento? Ricordati che le persone non leggono più.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Tutta questione di elementi visivi

Chi naviga sul web legge in modo particolare, l'ho scritto anche in questo articolo ? Come leggono le persone su internet. Sui social, invece, le persone leggono sempre meno, l'attenzione è sempre più bassa. In questo momento *nessuno legge più*, semplicemente non c'è abbastanza tempo, non c'è abbastanza concentrazione, per leggere.

Leggere aiuta in ogni caso a crescere, a evolversi, a decidersi per una svolta, a diventare più consapevoli, devi apprezzare il piacere e la potenza della lettura.

Ma, e lo dico da tempo, oggi è tutta una questione di **elementi visivi**:

- Immagini;
- Video.

Queste due cose sono la **valuta sociale numero uno**. Se ci pensi è molto facile fare tap due volte su un'immagine per dire "Mi piace", rispetto alla lettura di quei lunghi paragrafi, quindi se vuoi davvero aver bisogno dei social media devi raccogliere quante più risorse possibili dal tuo evento, assicurandoti di avere un enorme portafoglio di *immagini* e *video* che potrai riutilizzare per i tuoi social media.

Una strategia di marketing che include anche la creazione di opportunità per i partecipanti di **generare immagini** durante gli eventi. Il marketing basato su quei video, quelle immagini del momento, che saranno fondamentali su qualsiasi tipo di social network. Specialmente con l'ultima spinta ai video da parte di TikTok, Facebook, Instagram, Snapchat e ultimamente anche LinkedIn.

Ci vuole tanto impegno per avere più possibilità di apparire un solo istante proprio nelle timeline di quegli utenti che desiderano il tuo evento.

Come promuovere un evento? L'intero scopo della tua campagna di social media marketing è creare **FOMO**.

Semina Fomo

Fomo è l'acronimo di "fear of missing out", ovvero la paura di essere tagliati fuori.

Ne ho pubblicizzati di eventi, fin dal 2008, all'inizio dell'uso dei **social media** per gli eventi e onestamente non sapevo ancora cosa potesse succedere, poi ho capito e finalmente ho potuto costruire un metodo.

Se hai un evento che vuoi pubblicizzare, c'è un modo di fare marketing concentrandosi in particolare sull'uso dei social per generare più:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Crescita;
- Partecipanti;
- Registrazioni;
- Iscritti.

Il modo è creare la **paura di perdersi l'evento** per coloro che sono online, se stai muovendo i primi passi e vuoi una mano contattami qui.

Devi seguire tattiche ben specifiche per *convincere* quelli che ti seguono sui social. Devi fargli sentire quella insopportabile *frustrazione* di perdersi qualcosa per poi convincerli e spingerli ad agire, facendoli registrare al tuo evento.

Come promuovere un evento? Convinci qualche influencer a partecipare al tuo evento.

Convinci gli influencer

Una delle tattiche più popolari per creare **FOMO** e spingere un evento è assumere un influencer.

Per convincerli a partecipare al tuo evento sicuramente devi provvedere minimo ad un *rimborso spese* (rimborsare il viaggio e pagare un alloggio). Poi devi convincerli a *parlare* del tuo evento, coinvolgerli in base alle loro capacità, ad esempio come *relatori* per il tuo evento, in ogni caso portali dalla tua parte facendoli diventare tuoi *ambasciatori*.

Cerca di capire il chi potrebbero essere questi influencer, tra oratori, artisti e sponsor, quindi come li coinvolgerai per portare a termine la tua strategia di social media marketing.

Questa è una chiave per sbloccare i tuoi eventi, fai in modo che sempre più persone possano vedere i tuoi ambasciatori che hai scelto.

Come promuovere un evento? Impara ad avvisare i partecipanti al tuo evento.

Preavvisa con la gamification

Gioca con la promozione del tuo evento (**Gamification**).

In vista del tuo evento, quello su cui davvero dovresti concentrarti, è creare per i partecipanti:

- concorsi;
- opportunità.

Per entrare in contatto con l'evento e offrirgli poi:

- Sconti;
- Esperienze speciali;
- Biglietti gratuiti.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Praticamente devi offrire un valido motivo per far parlare sui social del tuo evento.

? **Esempio**: puoi utilizzare strumenti come **applicazioni sui social per eventi** (https://www.facebook.com/events):

- Coinvolgi i tuoi potenziali partecipanti su quest'app e convincili a partecipare prima dell'evento;
- Creare contenuti all'interno dell'app che poi saranno condivisi sui social network.

? **Esempio**: su Facebook e sugli altri social, in generale, crea:

- Il coinvolgimento intorno a un contenuto prezioso;
- L'hashtag dell'evento (#seminariopersonalbranding, #werareimaginers);
- La community dell'evento, che coinvolgerà di più i suoi membri e sarà fonte di interesse per chi non è membro (imaginers);
- Interesse in generale per avere la "fila" intorno a questo evento, Monkey sees, monkey do.

Con i social puoi far crescere il *bisogno* e l'*urgenza* di partecipare a quell'evento. Come vedi, la **gamification** è uno di quegli strumenti più efficaci per avvisare i partecipanti del tuo prossimo evento.

Come promuovere un evento? Non puoi presentarti tre mesi prima.

Sii presente

Sii presente tutto l'anno, non presentarti tre mesi prima del tuo evento, o almeno farlo se non prima di creare un appuntamento abitudinario. Inonda i social network di aggiornamenti per ottenere la giusta visibilità con i tuoi partecipanti.

Se non aggiorni costantemente i tuoi social, i cambiamenti degli ultimi anni che i social hanno implementato nell'algoritmo, senza costanza sarai penalizzato, quindi non c'è altro modo: *devi essere presente tutto l'anno*.

Questa è una **best practice** dal primo giorno in cui ho iniziato a diffondere i miei eventi e gli eventi dei miei clienti, al giorno d'oggi è più valida che mai.

Come promuovere un evento? Punta alla qualità assoluta per avere l'attenzione massima.

Qualità non quantità

Il prossimo suggerimento riguarda il passaggio dalla **quantità alla qualità**. È proprio così, i cambiamenti degli algoritmi dei principali social media hanno spostato l'attenzione dalla quantità alla qualità. Ovvero la tua visibilità non dipende dal numero di aggiornamenti che fai, ma dalla qualità del contenuto.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Ultimamente nel tuo feed vedrai sempre di più i contenuti che hanno ricevuto molti “Mi piace” e interazioni. Anche se interagisci con determinate persone più di altre.

Per cui cura meno gli aggiornamenti e assicurarti di dare maggiore qualità al tuo contenuto.

? **Esempio**: un buon contenuto si intendo quello che trattiene per più tempo le persone, ovvero:

- La migliore foto che coinvolga coloro che la guardano;
- Il miglior video che faccia trascorrere del tempo a guardarlo;
- Il miglior copy per far leggere i tuoi aggiornamenti.

In generale il miglior contenuto che faccia impegnare gli utenti con esso, concentrati sul miglior contenuto possibile per il tuo social network specifico.

Come promuovere un evento? Usa le sponsorizzazioni in modo intelligente.

Usa gli annunci

Usa gli annunci sui social media in modo intelligente, altrimenti non c’è alcun modo per comparire correttamente nel feed. Se non sponsorizzi, mi dispiace dirtelo, ma pochissimi saranno esposti al tuo contenuto, questa cosa vale per tutti i social tranne che per **TikTok** (almeno per ora).

Come massimizzare l’opportunità di mostrare i tuoi contenuti? Mettendo correttamente in evidenza i contenuti ai tuoi potenziali partecipanti all’evento.

? **Nota**: Il ??modo migliore per massimizzare è seminare il contenuto accompagnandolo con un “bel colpo” di pubblicità sui social media.

Ovviamente non devi sponsorizzare tutti gli aggiornamenti, ma quelli chiave si. Stabilisci il budget, che per esperienza potrebbe essere compreso tra 10€ a 1000€, per gli aggiornamenti e davvero potresti avere il giusto vantaggio nella massimizzazione di quel post organico accompagnato da un po’ di *seeding pubblicitario*.

Quando si tratta di pubblicità, ogni social network ha un **rapporto costo / efficacia**, in base alla mia esperienza di lavoro e considerando che dal 2010 fino ad oggi ho sponsorizzato molti eventi con l’utilizzo estensivo degli annunci sui social.

Devo dire però che questi due strumenti:

- Remarketing di Facebook;
- Annunci di Facebook.

Tendono ad essere i più economici e puoi spostarli anche su **Instagram**, ancora una volta il remarketing è il metodo più economico degli annunci regolari.

Non c’è solo Facebook ma ci sono anche altri:

- **TikTok** – https://www.business-tiktok.com/;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- **Twitter** – https://ads.twitter.com/;
- **LinkedIn** – https://business.linkedin.com/;
- **YouTube** – https://www.youtube.com/intl/ALL_it/ads/;
- **Google** – https://ads.google.com/.

Per adesso questo è quello che devi sapere per promuovere un evento, se questo articolo ti è piaciuto condividilo con qualche amico.

Scrivimi nei commenti qui sotto qual è, tra questi, il suggerimento che vorrai utilizzare.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 18 Aprile 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons