Calo dell'Engagement sui Social Media: quali sono le cause

di Paolo Franzese



Calo dell'Engagement sui Social Media, un titolo "drammatico" in un momento storico drammatico, oggi ti vorrei parlare di questa ipotesi, considerando il fatto che trascorro da esploratore di software molto tempo sui social media e mi piace scavare nei dati, parto subito da quest'affermazione…

"Fine" dei social media?

L'engagement dei social media probabilmente è una bolla che sta per scoppiare e probabilmente siamo davanti alla **"fine" dei social media**. So che è una riflessione provocatoria, e questa mia sensazione potrebbe essere vera oppure no, in questo momento io la farei.

Ormai la rete è piena di contenuti di tutti i tipi di *scarsa qualità* ed è piena anche di contenuti di *altissima qualità*, dipende dalle persone, dipende dai luoghi che frequenti. Sicuramente siamo diventati molto pigri nell'utilizzo dei social media e spesso mi sembra che gli utenti siano paralizzati tutti sullo stesso tipo di discussioni.

Forse tutto questo accade perché ormai sono quasi 20 anni che usiamo i social, abbiamo passato parte di questo periodo a capire (e suggerire) come usarli e personalmente mi sento "vecchio", da quando ho iniziato ad usare Facebook.

In rete ci sono migliaia di discussioni sul tema e su come utilizzare questi strumenti ed io mi sento così.

[table id=4 /]

Ho tante ore di navigazione su Internet (ne parlo qui), ho speso tantissime ore per il web per la *SEO*, i *Social Media*, le strategie di *Digital Marketing*, etc… Ed ora sento forte questo peso del calo dell'*Engagement*.

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

Calo dell’Engagement sui Social Media? Devi stuzzicare chi ti segue.

Contenuti eccitanti

Cosa serve oggi per attirare l’attenzione? Servono **contenuti eccitanti**.

Tutti fanno riferimento al traffico, tutte le campagne hanno questo obiettivo ed è giusto, gli enormi flussi dei dati servono per analizzare ROI, CPA, CPC, CPM, CPV, CTA… Tutto questo da sempre, ma adesso che hai una quantità enorme di dati, devi avere un’abilità maggiore per estrarre e analizzare i dati per proporre strategie di marketing valide ai tuoi clienti.

Anche io in questi anni ho fatto quest’attività costosa, un’esperienza che alimenterà questo articolo e che forse ti aiuterà a capire cosa sta succedendo ai tuoi contenuti in calo di engagement.

Qualcosa sta succedendo, è sempre più difficile produrre contenuti rispetto ad anni fa, oggi sai bene che devi assolutamente raccogliere i tuoi contenuti in un POV (Point Of View, Punto di Vista) seguendo dei criteri che facciano sentire le persone:

- Attratte;
- Accitate;
- Interessate;
- Coinvolte;
- …

Devi in-trattenere le persone per qualunque cosa si tratti.

Calo dell’Engagement sui Social Media? Contenuti impattanti per ottenere numeri.

Pretendi fama

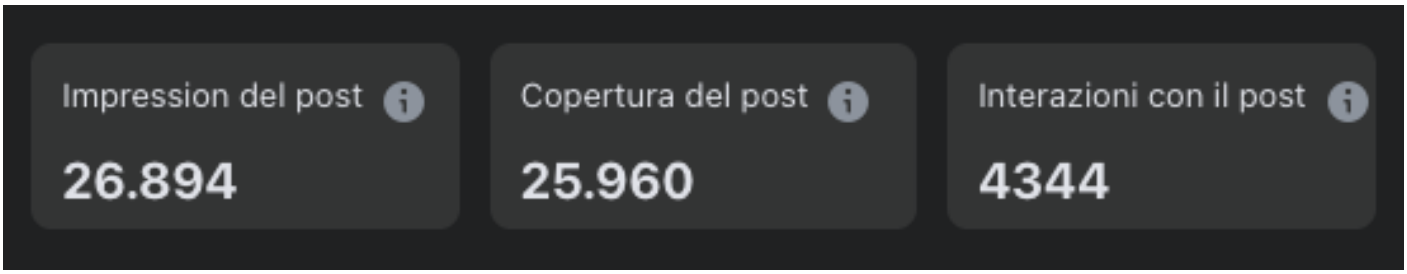
Ho lavorato con il copywriting, la psicologia, integrato sistemi e costruito processi aziendali intorno ai dati che ho raccolto in questi anni, se vuoi capirne di più ti invito anche ad iscriverti alla mia newsletter settimanale:

Anche se hai domande e vorresti parlarne con me, ti aspetto (in alto a destra c’è anche il numero di cellulare).

Puoi anche raggiungermi ovunque, questo credo sia la mia specialità, mi trovo un po’ ovunque in rete, questo credo sia il mio lato professionale su cui ho passato molto tempo. Credo che l’impatto dei miei contenuti con le persone mi abbiano garantito un buon ascolto e i social media sono stati buoni con me, con la mia **pretesa di fama**.

Ho ottenuto milioni di visualizzazioni, guarda qui ad esempio la portata di un mio post su Facebook.

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



Facebook, il numero di volte in cui un mio ultimo post è stato visualizzato,
etc…

I miei test sui social hanno dato frutti non solo a me ma anche ai miei clienti, con quello che ho imparato posso fare in modo che i contenuti diventino virali.

Calo dell'Engagement sui Social Media? Guida il traffico verso il tuo sito.

Cura il sito web

Ma adoro anche curare il mio blog, questo mio sito web, l'attenzione maggiore la dedico qui e credo che questo debba farlo anche tu, è anche qui che dovrebbe essere il tuo contenuto magnetico, preferisco guidare il traffico verso il mio **sito web**.

Indirizza il traffico dai social al tuo sito.

> Il segreto è non correre dietro alle farfalle.
> È curare il giardino perché esse vengano da te.
> – Mário Quintana

I social sono come un giardino, ma recintato, difficilmente ti faranno uscire fuori, per questo ti occorre un sito web nutrito di cose, devi fare lead nurturing, inizia a parlare di ciò che conosci e se qualcuno desidera inviarti un articolo, analizza la proposta.

Internet ti aspetta, ormai le persone non saranno mai off-line, siamo nell'IoT (Internet of Things) basta guardare i nostri figli, ci stiamo muovendo verso questo tipo di mondo, stiamo passando dall'Engagement alla "collaborazione", alla "utilità".

Calo dell'Engagement sui Social Media? Considera questa metafora.

Engagement come valuta

Pensa all'**Engagement come una valuta**, pensa all'economia, immagina così, l'economia dell'Engagement, così come si controlla l'inflazione così potrai capire il vero valore dell'Engagement sui Social Media.

Proprio come tu ti impegni con qualcosa che sia un brand o una persona:

- Quanto costerebbe?

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

- Quanto costerà l'Engagement?
- Qual è il tuo ROI (ritorno dell'investimento);

Questo è come dovresti pensare all'Engagement, pensa in questo in modo "economico", perché è una delle cose che ho imparato attraverso le mie ricerche.

Ora c'è molta *inflazione*, c'è un ampia portata, significa che con post si possono "acquistare" meno utenti rispetto al passato, si è ridotto il valore dell'Engagement nel tempo e di questa economia in tutto il Web.

La realtà è che molti non conoscono il vero valore dell'Engagement che hanno, non hanno idea di quanto vale.

?**Esempio**: l'engagement è un aspetto fondamentale dell'**Influencer Marketing**, ma se non puoi misurarlo, come puoi sapere se stai ottenendo i rendimenti che desideri?

> @imaginepaolo ? L'engagement sui social media, spiegato in 30 secondi, facile facile. L'engagement è il livello di coinvolgimento del post fratto quanti follower, quando dici le cose giuste alle persone giuste. ? Ti aspetto al prossimo seminario: @Paolo Franzese Digital Coach #digitalcoach #socialmedia #engagement #formazione #internet #paolofranzese #consiglidimarketing #marketingdigitale ? suono originale – Paolo Franzese Digital Coach

Calo dell'Engagement sui Social Media? Ci sono gli sconvolgimenti tecnologici.

Cambiamenti nel Marketing

Abbiamo avuto alcuni **cambiamenti nel Marketing**, non siamo in grado di capire come funzionano veramente le cose, la gente dovrebbe capire che deve creare contenuti per aiutare altre gente.

Si sta perdendo tutto questo, ci sono luoghi in cui non ci sono più risposte, ci sono utenti che non leggono più i blog, ed i soldi si fanno se riesci ad attirare le persone.

Ammettilo anche tu stai percependo che qualcosa è successo, c'è stato un flop generale dell'Engagement, io ho trascorso molto tempo cercando di capire questo e mi piacerebbe discuterne qui.

Una delle cose che ritengo stia succedendo è che gli annunci non vengano visti più come si deve, le piattaforme si sono standardizzate, tutti stanno ottimizzando i loro contenuti a tal punto che i risultati hanno un effetto decrescente.

Sicuramente puoi pagare per essere visto, ma ritengo che ci sia un calo anche perché molti non usano più le piattaforme come prima, dobbiamo trovare altri modi per aggirare cosa ostacola l'Engagement.

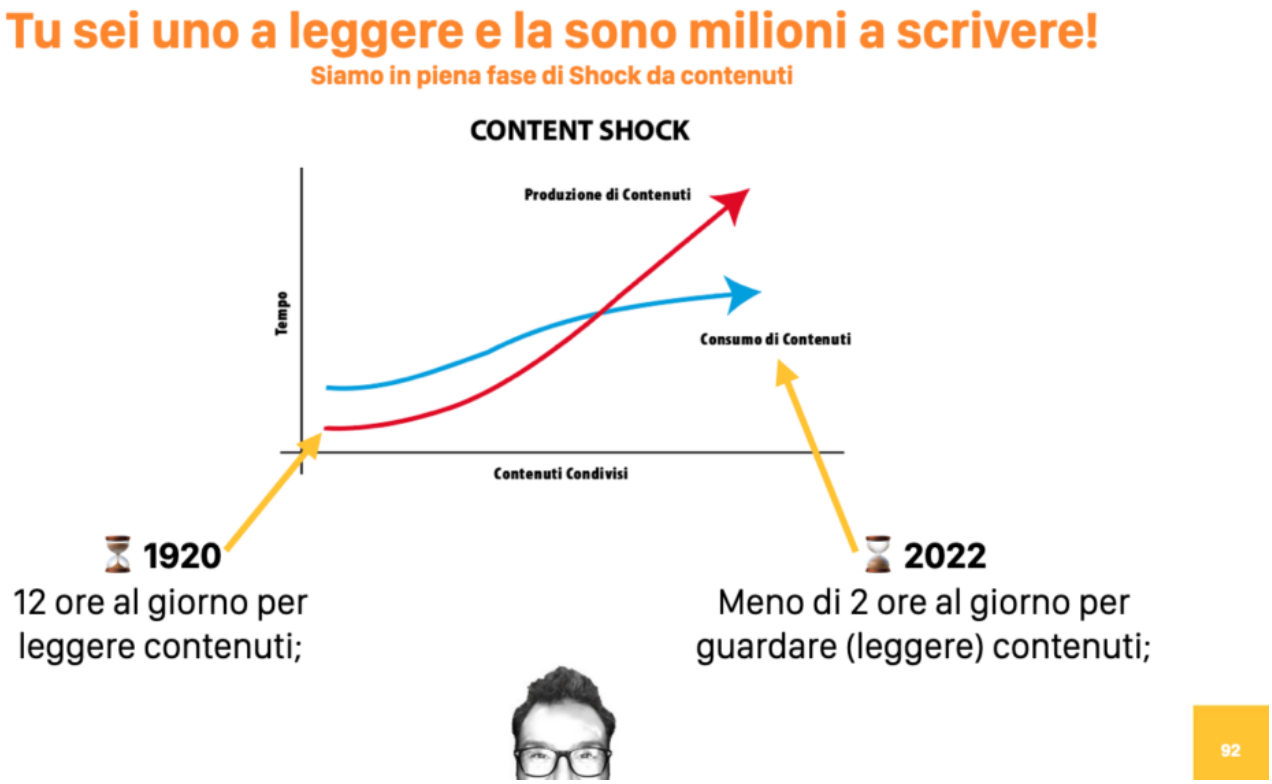
Calo dell'Engagement sui Social Media? Guerra ai contenuti.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Distruzione del contenuto

Siamo al punto in cui il **marketing** e le vendite diventeranno completamente **automatizzati**, tutto diventerà guidato da AI, Robot e Macchine, forse siamo davanti alla distruzione del contenuto.

Creiamo così tanti contenuti che siamo arrivati al punto in cui non possiamo consumare tutto ciò che creiamo.



Tu sei uno a leggere e la sono milioni a scrivere!

Ecco perché il cinquanta per cento delle persone non vede più gli annunci sponsorizzati, i contenuti che stiamo creando sono troppi, creiamo solo tanti dati, non possiamo consumare ciò che è stato creato ed eppure ne stiamo creando sempre di più, il contenuto sui social cresce esponenzialmente ogni anno, ogni giorno.

C'è solo produzione di contenuti, andrà solo peggio e continuerà a crescere, ricordati che per l'attenzione stiamo combattendo con il "pesce rosso".

Calo dell'Engagement sui Social Media? Senza considerare l'arrivo di ChatGPT e Co.

Intelligenza Artificiale

Come consulente di marketing che ha trascorso molto tempo, ma molto, sui social media, ti direi che l'AI può creare seri danni ai social media, si stanno disumanizzando, ne ho parlato qui:

- Come cambierà il lavoro con l'Intelligenza Artificiale;
- Cosa fa veramente paura di ChatGPT: 9 punti per diventare insostituibili;
- Come proteggersi dalla "morte" della SEO: la nuova era Bing e ChatGPT;
- Come farsi scrivere da ChatGPT un articolo per il blog in meno di 10 minuti;
- Come usare ChatGPT e Bing per la SEO: strategie e consigli;
- Come ChatGPT cambierà il marketing nei prossimi anni: tendenze e previsioni;
- Come ChatGPT diventerà il prossimo grande pericolo: la verità scioccante;

Sicuramente la pubblicazione di molti post scenderebbe se si spegnesse ChatGPT (in Italia già è successo, se vuoi "riaccendere chatGPT prova qui).

Le persone si stanno spostando verso contenuti più autentici (video brevi, dirette,…) proprio perché c'è un oceano di contenuti generati con AI e proprio perché sono un grande fan dell'AI te lo dico, ma non dimenticare mai i contenuti generati da te. Puoi sempre far lavorare l'AI per te, per far apprezzare meglio i tuoi contenuti.

In generale vedo che sta crescendo l'engagement generato dall'AI ma non sarà vero engagement, non riflette valore perché è generato dall'AI, il futuro è qui. Queste tecnologie influenzeranno tutto ciò che facciamo come marketer e come azienda, e tutto ciò che facciamo è per le persone.

In questi ambienti muoviti sempre prestando molta attenzione alla sicurezza dei dati e alla privacy.

Calo dell'Engagement sui Social Media? Studia dove il contenuto vive e come viene condiviso.

Distribuzione dei contenuti

Ora si paga di più per creare e **distribuire contenuti** rispetto al passato, aumento del costo del SEO con la ricerca sempre più costosa, i social media stanno diventando social media a pagamento.

Le piattaforme stanno cercando di innovare e di diventare più "fresche", ma devi prestare una seria attenzione alla creazione del tuo contenuto, è fondamentale capire dove il tuo contenuto vive e come viene condiviso. Personalmente, come ti ho detto prima, dedico molte ore alla creazione del contenuto "corner" sul mio sito web, non sono certo che sia la scelta giusta anche per te.

Ma è importante creare community anche sui nostri siti web e sui nostri brand (ti consiglio di dare uno sguardo alla mia community IMAGINERS su Facebook), per costruire relazioni durature con i nostri utenti.

Calo dell'Engagement sui Social Media? Adattati a questi cambiamenti per essere più competitivo.

Conclusioni

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Mi sono chiesto più volte se stiamo assistendo alla “fine” dei social media, le persone si stanno stancando della loro natura superficiale e delle conseguenze negative sulla salute mentale.

È fondamentale creare contenuti eccitanti e coinvolgenti per attirare l’attenzione dei propri utenti e non cadere nella trappola di pretendere fama a tutti i costi. È importante anche curare il proprio sito web e utilizzare l’engagement come valuta per misurare il successo delle proprie strategie di marketing.

L’intelligenza artificiale sta cambiando il modo in cui le aziende gestiscono i propri dati e distribuiscono i propri contenuti. È importante capire come utilizzare l’IA in modo efficace e come evitare la distruzione del contenuto ed i cambiamenti nel marketing stanno portando a una maggiore distribuzione dei contenuti sui social media.

Devi essere in grado di adattarti a questi cambiamenti per essere più competitivo, per cui conserva questo articolo e se vuoi puoi anche:

- Ascoltarlo;
- Scaricarlo in PDF;
- Condividerlo con chi potrebbe essere interessato;
- Condividerlo con un amico;
- Continuare a seguirmi iscrivendoti ai miei canali.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 1 Maggio 2023

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons