Come diventare “consulente social”: 7 strategie vincenti per il successo

di Paolo Franzese



Come diventare “consulente social”? Se desideri diventare un **consulente social** nel campo del **digital marketing** allora sei nel posto giusto. In questo articolo, ti illustrerò le diverse aree di questo affascinante lavoro per diventare un esperto di successo, ma con il giusto *impegno* e *determinazione*.

Definisci obiettivi e aspettative

Se vuoi diventare un “consulente social” devi prima **stabilire obiettivi** chiari e realistici, non ti parlo di quanti ? euro potrai guadagnare ma anche del ? tempo necessario per raggiungere tali obiettivi e le qualifiche richieste.

Per aiutarti a scegliere ti segnalo anche questa mia newsletter settimanale, iscriviti gratuitamente:

Per prima cosa devi definire i tuoi obiettivi finanziari per generare un reddito solido e in crescita costante, poi devi chiederti quanto tempo sei disposto a investire, da poche ore a settimana fino ad un impegno a tempo pieno.

Ti ricordo che la flessibilità è una caratteristica chiave di questo settore.

Contrariamente ad altri lavori non è necessaria una laurea per fare il “consulente social”, di solito nel marketing digitale possono servire anche abilità e competenze che si potranno affiancare anche ad un titolo accademico.

Due domande potranno aiutarti in questa definizione:

? Quanto vuoi guadagnare al mese?

? Quanto tempo sei disposto a investire in quest’attività?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Come diventare “consulente social”? Definisci in quale area vuoi lavorare.

Concentrati su un’area chiave

Il digital marketing abbraccia tantissimi aspetti, ti consiglio di **concentrarti su una o due aree** per diventare realmente un esperto. Per facilitarti il lavoro ti propongo questa lista, non ti resta che scegliere:

- **Social Media Marketing**: Gestione delle piattaforme social (come Facebook, Instagram, …) per creare consapevolezza, coinvolgimento e promuovere prodotti/servizi attraverso contenuti mirati;
- **Content Marketing**: Creazione e distribuzione di contenuti rilevanti e di valore (articoli, video, infografiche) per attirare, coinvolgere e mantenere l’attenzione del pubblico target;
- **Search Engine Optimization (SEO)**: Ottimizzazione del sito web per migliorare il posizionamento nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca (come Google), aumentando la visibilità organica e il traffico;
- **Search Engine Marketing (SEM)**: Utilizzo di annunci a pagamento sui motori di ricerca (ad esempio Google Ads) per ottenere visibilità immediata e guidare il traffico al sito web;
- **Pay-Per-Click (PPC) Advertising**: Pubblicazione di annunci a pagamento su varie piattaforme online, dove si paga solo quando un utente interagisce con l’annuncio;
- **Email Marketing**: Utilizzo strategico dell’email per comunicare con i clienti esistenti e potenziali, promuovere prodotti/servizi, e mantenere un coinvolgimento costante;
- **Affiliate Marketing**: Collaborazione con affiliati o partner per promuovere i prodotti/servizi di un’azienda, guadagnando una commissione sulle vendite generate attraverso i loro sforzi;
- **Influencer Marketing**: Collaborazione con influencer online per promuovere prodotti/servizi, sfruttando la loro autorità e seguaci nel settore specifico;
- **Video Marketing**: Creazione e promozione di contenuti video su piattaforme come TikTok, YouTube,… per veicolare messaggi, dimostrazioni o storie legate al brand;
- **Mobile Marketing**: Ottimizzazione di contenuti, annunci e strategie per dispositivi mobili, tenendo conto della crescente base di utenti su smartphone e tablet;
- **Remarketing/Retargeting**: Mostrare annunci mirati a utenti che hanno già visitato il tuo sito web o interagito con il tuo marchio in precedenza;
- **Conversion Rate Optimization (CRO)**: Ottimizzazione del sito web e del percorso dell’utente per aumentare il tasso di conversione (ad esempio, acquisti o iscrizioni);
- **Analytics e Data Analysis**: Utilizzo di strumenti analitici per monitorare e valutare le prestazioni delle campagne digitali, nonché per trarre insight sui comportamenti degli utenti;
- **Marketing Automation**: Utilizzo di software per automatizzare attività come invio di email, gestione delle campagne e lead nurturing in base al comportamento degli utenti;
- **Chatbot e Intelligenza Artificiale**: Implementazione di chatbot o soluzioni basate su intelligenza artificiale per interagire con gli utenti, rispondere a domande e guidare nelle decisioni di acquisto (scarica la mia guida gratuita per ChatGPT).

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Queste sono solo alcune delle diverse aree coinvolte nel digital marketing (aree di cui mi interesso anche io), ciascuna con il suo ruolo unico nell'aiutare le aziende a raggiungere il loro pubblico di riferimento e raggiungere obiettivi di marketing specifici.

La domanda a cui devi rispondere è:

? Quali competenze e conoscenze ti servono per avere successo?

Come diventare "consulente social"? Definisci in quale area vuoi lavorare.

Costruisci la presenza online

Impara a **costruire la tua forte presenza online** (come vedi io ti posso aiutare), è l'aspetto fondamentale per diventare un "consulente social" di successo nel digital marketing, se non hai una buona presenza online non puoi vendere questo servizio agli altri. Spesso mi contattano persone su Instagram che vogliono diventare miei consulenti social ma che non hanno nemmeno 100 follower! Assurdo!

Puoi iniziare lavorando presso un'agenzia di **digital marketing** per apprendere i segreti del settore o in alternativa, puoi imparare in autonomia attraverso risorse online e tutorial a tal proposito ti invito a seguire il mio seminario di **personal branding**:

Il seminario sarà una guida preziosa, ho consigli dedicati per ciascun argomento del digital marketing, ti consiglio vivamente di dare un'occhiata ai contenuti del seminario e di iscriverti adesso.

Devi formarti continuamente per mantenere aggiornate le tue competenze, partecipa a corsi online, leggi libri (ne consiglio tantissimi qui) e segui le ultime tendenze nel settore per diventare un esperto riconosciuto.

Impara a costruire la tua credibilità, dimostra il valore che offri e la qualità dei tuoi servizi.

Per riassumere le azioni da compiere ti propongo questa lista per costruire la tua presenza online ed essere un esperto riconosciuto nel campo:

- Crea un Blog o Sito Web;
- Condividi contenuti rilevanti sui social media;
- Interagisci con il tuo pubblico, rispondi alle domande e dimostra la tua competenza;
- Offri risorse gratuite (eBook, video tutorial) per dimostrare il tuo know-how;
- Partecipa a conferenze e webinar;
- Connettiti con altri professionisti;
- Mostrare la tua presenza in questo settore;
- Collabora con altri influencer o esperti del settore;
- Raccogli testimonianze positive dai tuoi clienti soddisfatti.

Per il tuo personal brand crea il tuo sito web professionale (magari un blog come il mio) in cui

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

condividi le tue conoscenze e il tuo punto di vista. Sfrutta i social media per mostrare i tuoi successi e acquistare autorevolezza nel tuo settore.

Come diventare “consulente social”? Se mai inizi mai potrai avere successo.

Avvia l’attività

Per **avviare la tua attività** puoi iniziare con una piccola somma di denaro, per ottenere principalmente per strumenti e software adatti, sebbene ci siano costi associati, l’investimento iniziale nel marketing digitale è generalmente più basso rispetto ad altre attività.

Inizia da subito a “sbagliare”, l’apprendimento attraverso l’esperienza è fondamentale, le lezioni più significative vengono apprese tramite errori e sfide.

Io ad esempio ho acquisito una vasta conoscenza sperimentando diverse strategie di marketing e imparando dai miei errori passati, la teoria è importante, ma nulla sostituisce il valore delle competenze acquisite attraverso la pratica.

Inizia offrendo i tuoi servizi gratuitamente, guadagnerai esperienza e costruirai relazioni, il che può alla fine portare a opportunità retribuite.

? **Esempio**: Scegli un’azienda e offriti gratuitamente di gestire i suoi social media per acquisire esperienza.

Accumula competenze solo così potrai offrire i tuoi servizi a pagamento, solo così potrai dimostrare il tuo *valore* e costruire la tua *reputazione*.

Come diventare “consulente social”? Definisci in quale area vuoi lavorare.

Scegli il cliente

La scelta del tuo cliente target è fondamentale, ecco alcuni suggerimenti dettati dalla mia esperienza per facilitarti questo step. Concentrati su chi ha bisogno di supporto per la crescita sui social. Ci sono tante realtà che sono disposte a investire di più nel marketing per raggiungere i propri obiettivi di crescita:

- Piccole imprese;
- Startup;
- Considera il settore politico durante le campagne elettorali.

Per fare bene il tuo lavoro devi costruire la tua squadra, per cui considera di collaborare con liberi professionisti e consulenti, soprattutto all’inizio. Questo ti consente di avere accesso a competenze specifiche senza dover assumere dipendenti a tempo pieno.

> Da soli non si arriva da nessuna parte, insieme, andremo lontani.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

– Francesco Agati

Per ottenere clienti sfrutta e cura le tue relazioni già esistenti, i clienti soddisfatti possono portarti nuove opportunità attraverso il passaparola.

?? **Cosa da evitare**: Evita di concentrarti troppo sulle chiamate fredde o sulla pubblicità a pagamento all'inizio. Con il tempo, in base alla tua reputazione, potrai ampliare le tue strategie di acquisizione clienti.

Come diventare "consulente social"? Considera il valore che aggiungi al loro business.

Stabilisci il prezzo

Per **stabilire il prezzo** devi mantenere flessibilità e controllo dei costi, è fondamentale mentre cerchi di far crescere la tua agenzia. Ho scritto un bell'articolo per aiutarti in questa fase: Quanto costa un consulente di marketing: la tariffa oraria e il prezzo fisso.

Fai leva sul *valore che offri ai tuoi clienti*, non basare i tuoi prezzi solo sui tuoi costi, ma considera quanto valore aggiungi al loro business. Questo ti consentirà di essere giustamente retribuito per il tuo lavoro e di creare relazioni a lungo termine con i clienti.

Le aziende si sostengono su "pochi" prodotti e servizi centrali, il resto è "contorno" (il principio 80/20 di **Pareto**, ne parlo qui Come creare prodotti intramontabili da vendere on line).

Come diventare "consulente social"? Con il giusto *impegno* e *determinazione* ci riuscirai.

Conclusioni

Diventare un **consulente social** nel **digital marketing** richiede *dedizione*, *apprendimento* continuo e *impegno*. Definisci i tuoi obiettivi, scegli il tuo settore di specializzazione e costruisci una forte presenza online per dimostrare la tua competenza e attirare clienti. Con il giusto impegno, puoi avere successo in questo settore entusiasmante e in continua evoluzione.

La chiave per avviare e far crescere con successo la tua attività di digital marketing è apprendere attraverso *l'esperienza,* costruire una *squadra di talenti* e concentrarti su *strategie di acquisizione clienti* basate sul *valore* che puoi offrire.

Con dedizione e impegno, puoi creare un'agenzia di successo che aiuta i clienti a raggiungere i loro obiettivi di marketing, conserva questo articolo e utilizzalo quando hai dei dubbi, 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.

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