Come fare Social Media Wedding: intervento da Cira Lombardo

di Paolo Franzese

Come fare Social Media Wedding? Ora ti racconto l'evento, 20 novembre, giornata uggiosa ma splendida presso Villa Feanda, un luogo magico che sembra rispecchiare alla perfezione l'entusiasmo e la vitalità del mio intervento sul "Social Media Wedding".

Un corso organizzato dall'**Accademia del Wedding** di **Cira Lombardo**, l'atmosfera e diventata subito carica di aspettative e curiosità, un vasto pubblico composto da professionisti del settore wedding, appassionati di crescita personale e volti nuovi, desiderosi di intraprendere un viaggio verso una nuova versione di sé stessi e delle strategie principali da adottare per ottenere il massimo dai loro social media.

Se vuoi avere aggiornamenti sui prossimi appuntamenti iscriviti alla mia newsletter:

Ora cerchiamo di capire insieme quali opportunità può offrire il Social Media Wedding.

Industria del wedding

L'**industria del wedding** è intrinsecamente visiva, ed oggi il web è diventata una grande occasione da sfruttare. Le emozioni trasmesse dagli abiti da sposa, dalle location, dalle decorazioni e dai sorrisi degli sposi si traducono perfettamente in immagini e video che catturano l'attenzione e coinvolgono il pubblico. I social media permettono di espandere questa esperienza, portando ogni dettaglio del giorno più bello della vita di una coppia direttamente sugli schermi degli utenti di tutto il mondo. Le piattaforme come Instagram e TikTok offrono un'opportunità senza precedenti per raccontare queste storie con un linguaggio visuale che emoziona e ispira.

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

Social Media Wedding: Uso dei Social Media per Wedding Planner

Il settore è uno dei mercati più emozionali e visivi che esistano, tutto ruota intorno ai sogni, alle emozioni e a momenti unici nella vita delle persone.

? **Suggerimento**: Per distinguerti in questo settore così competitivo punta a contenuti *creativi* e *autentici*.

Come fare Social Media Wedding? Uso dei social media per Wedding Planner.

Storie coinvolgenti

Il pubblico non vuole vedere solo foto perfette, vuole essere **coinvolto nella storia**, vuole vedere il dietro le quinte, sentire le emozioni degli sposi e respirare l'autenticità del momento ed è qui che entrano in gioco i video brevi.

Bisogna imparare a raccontare queste storie d'amore, connettersi con i futuri sposi, connettersi con i fornitori, e ispirare coppie che sono alla ricerca del matrimonio perfetto. Il corso è perfetto per chi vuole sfruttare al meglio il potere dei social media.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Le parole di Paolo Franzese, 33 anni di esperienza nell’ambito Wedding

Come fare Social Media Wedding? Ed è qui che entra in gioco Paolo Franzese.

Introduzione di Cira Lombardo

Il mio intervento è iniziato con un’**introduzione** calorosa di **Cira Lombardo**, che ha preparato i partecipanti all’esperienza che stavamo per vivere insieme.

I colori vivaci degli allestimenti, così come i colori del flyer promozionale messo sui tavoli, sembravano infondere energia e creare un clima di apertura e condivisione, la distanza tra il relatore e il pubblico si è azzerata, solo un ponte fatto di esperienze, storie di vita e obiettivi comuni.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Cira Lombardo con tanta emozione racconta e presenta Paolo Franzese.

Come fare Social Media Wedding? Mai dimenticare il valore delle origini.

Un racconto emozionato

Cira Lombardo ha aperto l'evento con **un racconto emozionato** dei suoi primi passi nel mondo del *wedding planning.* Ha poi sottolineato l'inizio, quel 2008, quando, grazie ai Di Fiore Fotografi, le è stata proposta una consulenza con Paolo Franzese (cosa dicono i "Di Fiore fotografi" di Paolo Franzese).

Proprio grazie ai **Di Fiore Fotografi** il popolo del wedding è venuto alla conoscenza della professione della wedding planner e di Cira Lombardo.

Ha poi parlato di come, grazie a questi partner, sia riuscita a trovare una direzione chiara e un'immagine autentica.

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

Chi ha dato tanto a tutti: i Di Fiore Fotografi, sempre presenti nei grandi successi…

È proprio così, ecco da dove nasce un brand di successo, un estratto della presentazione fatta da Cira Lombardo per Paolo Franzese:

> “Paolo Franzese ha creato l’immagine iniziale di Cira Lombardo,
> è stato il mio consigliere d’immagine per tanti anni,
> ha prodotto i primi siti di Cira Lombardo ed è stato il creatore dell’immagine Weddings Luxury,…”
> – Cira Lombardo

La storia non si dichiara, si scrive, essere ‘la storia’ significa proprio questo, lasciare un impatto tangibile e duraturo, che venga riconosciuto dagli altri, non auto-affermato.

La sua testimonianza è stata un momento particolarmente toccante: il pubblico ha percepito la sincerità con cui Cira ha condiviso le sue sfide e come il lavoro sul personal branding abbia trasformato la sua attività e le sue relazioni con i clienti. La storia di Cira è stata d’ispirazione per tutti coloro che stavano cercando di comprendere come una solida identità personale possa diventare il fondamento di una carriera di successo.

Come fare Social Media Wedding? Gli elementi più coinvolgenti

Tre pilastri principali

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

Durante il corso, ci siamo focalizzati su tre pilastri principali:

- Creare una *narrazione autentica*;
- Fare leva sul *marketing emozionale*;
- Utilizzare efficacemente i *social media* per il *personal brand*.

Ogni concetto è stato affrontato in maniera *interattiva*, incoraggiando i partecipanti a riflettere sul proprio percorso e a condividere le proprie esperienze. Questo ha creato un ambiente dinamico, fatto di scambi sinceri e momenti di profonda connessione.

Cira Lombardo che segue con interesse Paolo durante il suo speech…

L’elemento più coinvolgente è stato probabilmente l’attività proveniente dalle parole di Paolo Franzese, dal suo modo di fare storytelling.

? **Suggerimento**: I partecipanti sono stati invitati a fare attenzione alle tecniche utilizzate da Paolo (lo speaker) durante il racconto della storia che ha rappresentato il percorso personale.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

C’è stata emozione, qualche sorriso e persino qualche lacrima (succede spesso durante gli interventi di Paolo), nel raccontarsi, bisogna spingere la propria unicità, e questo ha reso il momento straordinario. Si percepiva un senso di comunità e di comprensione reciproca che ha dato all’evento un valore aggiunto.

Il corso si è tenuto a Villa Feanda, non solo cornice perfetta, ma il simbolo di una rinascita professionale e personale per molti dei partecipanti, un luogo dove i sogni hanno trovato voce e il coraggio ha trovato spazio per crescere.

Come fare Social Media Wedding? Ecco su cosa puntare principalmente…

Video brevi

I video brevi stanno dominando il panorama dei social media, piattaforme come Instagram e TikTok favoriscono questo tipo di contenuti perché mantengono alta l’attenzione degli utenti e generano un livello molto alto di engagement. Nel settore wedding, i video brevi sono perfetti per mostrare momenti chiave come:

- Il taglio della torta;
- Il primo ballo;
- Le espressioni commoventi degli invitati;
- Il dietro le quinte dei preparativi.

Ma non basta solo pubblicare un video breve, è necessario creare una connessione emotiva con il pubblico, l’elemento centrale è la storia che si vuole raccontare.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

I Social Media nel settore Wedding: l’evoluzione del marketing digitale

? **Esempio**: Un Reel che mostra l’attesa della sposa mentre si prepara, o un TikTok che cattura l’esplosione di gioia al momento del “Sì” ha un impatto molto maggiore di una semplice immagine statica.

È questo tipo di contenuto che rende il pubblico parte della storia, creando un legame profondo.

Come fare Social Media Wedding? La vetrina perfetta per il Wedding.

Instagram e i Reel

Instagram è diventato uno dei canali più importanti per il marketing nel settore wedding. Non è solo una piattaforma visiva, ma una vera e propria vetrina per la creatività. I **Reel di Instagram** rappresentano una modalità ideale per mostrare la propria visione unica e per differenziarsi dalla concorrenza.

Panoramica generale dei Social Media: Facebook, Instagram e TikTok

Quando si parla di Reel, è fondamentale concentrarsi su alcuni elementi chiave:

- **Autenticità**: il pubblico ama contenuti che sembrano reali e genuini. Una scena che mostra la sposa mentre ride con le sue damigelle nel backstage, o il trucco che viene ritoccato all'ultimo minuto, ha un impatto molto maggiore rispetto a un video troppo perfetto e patinato;
- **Tendenze e Musica**: la musica gioca un ruolo cruciale nei Reel. Utilizzare un brano popolare o in tendenza aiuta ad aumentare la visibilità del contenuto, permettendo al video di raggiungere un pubblico più ampio. Bisogna sempre cercare di adattare le tendenze musicali al messaggio che si vuole comunicare;
- **Chiarezza del Messaggio**: aggiungere testo ai Reel può rendere il messaggio più chiaro, anche quando il video viene visualizzato senza audio. Un breve testo che spiega l'azione o che racconta l'emozione del momento aiuta lo spettatore a connettersi meglio con il contenuto.

Come fare Social Media Wedding? Il nuovo territorio per il Wedding.

TikTok e challenge

TikTok è la piattaforma del momento per quanto riguarda i video brevi. Ha un pubblico vastissimo, ci sono tutti, giovani e meno giovani, un pubblico attivo e sempre in cerca di contenuti autentici e coinvolgenti. Questo rende TikTok uno strumento molto potente per i professionisti del settore wedding, perché permette di raggiungere un target diverso da quello di Instagram, in maniera più *spontanea* e *informale*.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Una delle caratteristiche principali di TikTok è la sua capacità di favorire contenuti che raccontano storie vere e non pianificate.

? **Esempio**: Un wedding planner può pubblicare un video che mostra i momenti dietro le quinte di una cerimonia, dai preparativi, agli imprevisti risolti con rapidità e professionalità. Questi video sono apprezzati perché mostrano l'autenticità del lavoro, creando un rapporto di fiducia con gli spettatori.

Come creare contenuti virali su TikTok

Per ottenere il massimo da TikTok, è importante:

- **Essere Creativi e Spontanei**: la perfezione non è l'obiettivo su TikTok, l'autenticità sì. Non c'è bisogno di creare il contenuto perfetto, è più importante mostrare il lato umano e divertente del proprio lavoro;
- **Partecipare alle Challenge**: partecipare alle challenge di TikTok può aiutare a entrare in contatto con il pubblico;
- **Coinvolgere il Pubblico**: rispondere ai commenti, fare domande, creare video che richiedano una risposta diretta da parte del pubblico. Il coinvolgimento attivo è la chiave per costruire una community solida.

? **Documento**: Durante l'intervento è stato distribuito un PDF **TikTok challenge** con alcuni esempi di TikTok challenge ideali per aumentare il coinvolgimento nell'ambito wedding, mirati a coinvolgere sposi, invitati, e professionisti del settore.

? Esempio: Una challenge in cui si mostrano 'prima e dopo' le trasformazioni degli allestimenti è

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

perfetta per coinvolgere il pubblico e mostrare il valore del lavoro svolto.

Come fare Social Media Wedding? Un metodo per il Personal Branding.

Il Metodo IMAGINERS

Uno degli aspetti centrali del successo sui social media è la capacità di distinguersi e raccontare una storia unica. Il **Metodo IMAGINERS** è una metodologia pensata per aiutare i professionisti del settore a costruire una narrativa forte e distintiva. La chiave è vedere sé stessi non solo come professionisti, ma come brand. Un brand che ha una storia, dei valori e una missione da comunicare.

Il Metodo IMAGINERS: i Colori, il mood, il tono dello speech tutto fa Personal Branding

Nell'intervento presso l'**Accademia del Wedding**, sono stati esplorati diversi aspetti del Metodo IMAGINERS, concentrandoci in particolare sulla creazione di contenuti che riflettano la personalità e l'autenticità del wedding planner o del fornitore di servizi. La narrazione personale diventa lo strumento attraverso cui ogni professionista può far emergere la propria unicità e creare una connessione reale con il pubblico.

TikTok Metodo Imaginers

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

ono sotto Licenza

  Richiedi Consulenza

Acquista il mio eBook e applica il Metodo IMAGINERS ai tuoi video brevi.

- **Raccontare la Propria Storia**: Ogni wedding planner ha una storia da raccontare, qualcosa che lo distingue dagli altri. Utilizzare i Reel e TikTok per raccontare perché si è scelto questo mestiere, quali sono le passioni e i valori che animano il proprio lavoro, può creare un legame autentico con i potenziali clienti;
- **Creare un Filo Conduttore**: I video devono avere una coerenza narrativa. Anche se pubblicati su diverse piattaforme, devono raccontare un percorso, una storia che si sviluppa nel tempo. Ad esempio, mostrando il processo dalla pianificazione iniziale fino alla realizzazione del grande giorno, ogni passaggio deve comunicare lo stesso messaggio di cura e dedizione;
- **Integrare il Branding Personale**: Ogni video deve riflettere i valori e lo stile del proprio brand. Colori, mood, e persino il tono della narrazione sono tutti elementi che concorrono a creare una brand identity forte e riconoscibile.

Come fare Social Media Wedding? Costruire un Marchio Attraverso i Social Media.

Conclusioni

Il mondo del wedding è fatto di emozioni e di momenti unici che meritano di essere raccontati nel modo giusto. I social media, in particolare i video brevi, sono ideali per questo scopo. Il successo non dipende solo dalla qualità delle immagini, ma dalla capacità di raccontare una storia autentica, coinvolgere il pubblico e farlo sentire parte di qualcosa di speciale.

Utilizzare in modo strategico strumenti come Instagram e TikTok, seguendo il Metodo IMAGINERS, può fare la differenza tra essere un semplice fornitore di servizi e diventare un professionista riconosciuto e apprezzato. È il momento di raccontare la propria storia, di mostrare la passione e l'umanità del proprio lavoro, e di sfruttare la potenza dei social per connettersi in modo genuino con il pubblico.

Lo speech a Villa Feanda ha dimostrato questo concetto: con quasi 50 partecipanti, abbiamo creato un'atmosfera di ispirazione, mostrando come il branding personale e i video brevi possano trasformare un'attività. Come ha detto Cira Lombardo, *il supporto di un esperto può fare la differenza nel modo in cui comunichiamo e nel modo in cui percepiamo il nostro valore e la nostra missione*.

La sfida è chiara: il futuro è già qui, e i social media sono gli strumenti per renderlo nostro. Sta a noi decidere come usarli per portare il nostro messaggio al cuore delle persone.

L'intervento si è concluso con entusiasmo e nuove consapevolezze, i partecipanti hanno iniziato a vedersi come un brand, come una storia da raccontare al meglio. La giornata si è chiusa con applausi, abbracci e nuove connessioni, ti aspetto tutto al prossimo appuntamento.

Auguro a tutti di lavorare con umiltà e visione per costruire un futuro che gli altri ricorderanno.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

? **Foto e Video**: Giuseppe Ferri.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 25 Novembre 2024

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons