Cosa fa un Social Media Manager? La mia guida completa

di Paolo Franzese

Cosa fa un Social Media Manager? Il ruolo del Social Media Manager, negli ultimi anni, è cambiato tantissimo, oggi potrebbe essere una delle professioni più richieste e strategiche nel mondo digitale.

Con il costante aumento delle aziende che cercano una presenza significativa sui social media, diventare un social media manager non è solo un'opportunità lavorativa, ma può trasformarsi in una carriera estremamente remunerativa, capace di portare a guadagni da sei o addirittura sette cifre.

Se ti interessa l'argomenti e vuoi sapere come districarti tra tutte queste news ti consiglio di iscriverti alla mia newsletter settimanale gratuita:

Tuttavia, ciò richiede un mix di competenze tecniche, strategiche e relazionali, oltre il monitoraggio delle pagine.

Gestione operativa

Il termine "social media manager" suggerisce chiaramente il focus del ruolo: gestire i social media. Ma cosa significa realmente? Non si tratta semplicemente di pubblicare post; significa assumersi la responsabilità completa delle pagine dei clienti, *monitorandole* costantemente per garantire che riflettano sempre l'immagine positiva del brand: **la gestione operativa**.

? **Esempio**: Vigilare su eventuali *recensioni negative* lasciate su piattaforme come Facebook. Una singola recensione negativa, lasciata magari da un bot o da una persona che non rappresenta il pubblico target, può danneggiare la reputazione del cliente. Il tuo compito è individuare e gestire questi problemi prima che abbiano un impatto significativo.

Ciò include:

- Eliminare commenti o recensioni inappropriate;

- Monitorare i tag sui social media per garantire che il contenuto riflettuto sia coerente con l'immagine del marchio;
- Rispondere tempestivamente a eventuali problemi o domande sollevate dai follower.

Il social media manager non è solo un amministratore; è il *custode della reputazione* online del cliente.

Cosa fa un Social Media Manager? Creare un piano personalizzato.

Pianificazione strategica

La seconda grande responsabilità di un social media manager è la **pianificazione**, quando firmi un contratto con un cliente, lui si affida a te per definire una strategia *chiara* ed *efficace* che supporti i suoi obiettivi aziendali. Questo processo inizia con la raccolta di informazioni dettagliate:

- **Onboarding:** Effettua una chiamata iniziale per comprendere la *visione del cliente* e i suoi *obiettivi di business*;
- **Questionari dettagliati:** Chiedi al cliente di fornire informazioni sul suo pubblico *target*, i suoi *competitor* e i suoi *punti di forza*;
- **Analisi preliminare:** *Esamina* le pagine social esistenti e le loro prestazioni attuali.

Con queste informazioni, puoi elaborare un piano che includa:

- **Obiettivi misurabili:** Come aumentare il numero di follower, migliorare il coinvolgimento o generare lead;
- **Calendario editoriale:** Un piano dettagliato dei contenuti da pubblicare;
- **Strategie pubblicitarie:** Proposte per campagne a pagamento, se necessarie.

Un piano solido non solo dimostra la tua professionalità, ma diventa la roadmap che guida tutte le attività future, se hai dei dubbi sul tuo Social Media Manager puoi utilizzare questo mio PDF per testare la sua professionalità:

Auto-Valutazione per SMM

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

  Acquista

Cosa fa un Social Media Manager? Dare vita alla visione del cliente.

Creazione di contenuti

La **creazione di contenuti** è forse l'aspetto più visibile del lavoro di un social media manager (la creazione dei contenuti viene definita a parte nei miei preventivi, se vuoi sapere perché contattami pure). Questo include tutto, dai post sui social media ai video, alle storie e persino ai TikTok e reel.

Ma attenzione: non è solo questione di estetica, bensì di coerenza e strategia, per creare contenuti di successo, avrai bisogno di:

- **Materiali forniti dal cliente:** Foto, video e linee guida di branding;
- **Strumenti di creazione:** Canva, Adobe Creative Suite e altre piattaforme per progettare grafiche accattivanti;
- **Un team creativo (opzionale):** Se il cliente non dispone di risorse interne, potresti collaborare con designer e copywriter freelance.

Importante è capire che, mentre il social media manager crea contenuti, non sempre è responsabile del design del brand nel suo complesso, la coerenza visiva e stilistica dipende da linee guida chiare fornite dal cliente.

Cosa fa un Social Media Manager? Interagire è il cuore dell'attività.

Community Management

Un altro compito cruciale è la gestione delle **interazioni**. Qui entrano in gioco due tipi di impegno:

1. **Engagement in entrata:** Rispondere a commenti, messaggi diretti e domande lasciate dai follower;
2. **Engagement in uscita:** Proattivamente interagire con il pubblico target, ad esempio lasciando commenti su post rilevanti o partecipando a discussioni.

Questa attività non solo costruisce una relazione più forte con il pubblico, ma aumenta anche la visibilità del marchio. Tuttavia, è importante chiarire con il cliente quali interazioni sono incluse nei tuoi pacchetti. Alcuni clienti potrebbero preferire gestire personalmente determinate risposte, mentre altri potrebbero affidarti l'intero processo.

Cosa fa un Social Media Manager? Analizza le Prestazioni.

Monitorare e Migliorare

Essere un social media manager di successo significa essere orientati ai risultati, ogni mese, dovresti fornire ai tuoi clienti un report che evidenzi:

- **I post più performanti;**

- **Il coinvolgimento del pubblico;**
- **L'aumento di follower e metriche chiave.**

Utilizzando strumenti di analisi come *Hootsuite*, *Sprout Social* o *Google Analytics*, puoi raccogliere dati preziosi e presentarli in report chiari e visivamente accattivanti. Includi sempre un'analisi che aiuti il cliente a comprendere cosa ha funzionato e cosa può essere migliorato.

Cosa fa un Social Media Manager? Un settore in continua evoluzione.

Rimanere Aggiornati

Il mondo dei social media cambia rapidamente, algoritmi, tendenze e nuove funzionalità emergono continuamente, e il tuo compito è rimanere sempre un passo avanti, per farlo:

- **Segui blog e risorse affidabili:** Seguire questo blog;
- **Partecipa a webinar e corsi:** Investire nella tua formazione è fondamentale (iscriviti al mio seminario);
- **Analizza ciò che funziona sulla piattaforma:** Trascorri tempo sui social media per identificare trend emergenti.

Essere aggiornati ti consente di creare strategie più efficaci e di rispondere alle domande dei clienti con sicurezza.

Cosa fa un Social Media Manager? Ecco cosa serve veramente per diventare un social media manager di successo.

Conclusione

Cosa serve veramente per diventare un social media manager di successo? Per raggiungere guadagni da sei o sette cifre come social media manager, è essenziale combinare competenze tecniche, capacità strategiche e una profonda comprensione delle esigenze dei tuoi clienti. Non si tratta solo di gestire account; devi diventare:

- Un *consulente* di fiducia;
- Un *analista* dei dati;
- Un *creativo* capace di raccontare storie che risuonino con il pubblico.

Se sei all'inizio della tua carriera, inizia costruendo una solida base di competenze (leggi anche come diventare Social Media Manager: guida completa per principianti) e lavorando con i primi clienti per sviluppare la tua esperienza. Con dedizione, formazione continua e una mentalità orientata ai risultati, questa carriera può offrire soddisfazioni personali ed economiche.

Ora tocca a te: qual è il prossimo passo che prenderai per avvicinarti a questo obiettivo? Condividi la tua esperienza nei commenti!

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 3 Febbraio 2025