

10 PASSAGGI FONDAMENTALI PER AVVIARE LA TUA ATTIVITA'

Conosci il tuo pubblico

La base di ogni strategia vincente parte dalla conoscenza profonda del pubblico. Analizza il tuo cliente ideale, non solo in termini di dati demografici, ma anche psicografici. Quali sono i suoi desideri, le sue paure, e cosa lo fa alzare la mattina? Qual è il suo contesto attuale, cosa lo preoccupa oggi? Se conosci questi dettagli, puoi costruire contenuti che risuonano autenticamente.

Domanda chiave: Qual è il bisogno più urgente del mio pubblico oggi?

Condividi contenuti pertinenti

Il tuo pubblico è alla ricerca di soluzioni, ispirazione e valore. Per attrarli, devi essere strategico. I tuoi contenuti devono sempre rispondere alle loro domande, risolvere i loro problemi e fargli vedere che non sono soli. Se riesci a far capire che capisci dove si trovano, la tua credibilità cresce. Mostra i risultati concreti che hai ottenuto, fai vedere la tua esperienza e il lavoro che hai fatto.

Strategia: Alterna tra contenuti educativi, storie personali e testimonianze, ma sempre con un messaggio chiaro e utile.

Sii autentico e passionale

I social sono affollati, ma ciò che ti farà emergere è la tua autenticità. Condividi la tua vera essenza, senza filtri. Il pubblico non cerca solo un prodotto o servizio, ma una connessione umana. Se mostri il tuo “perché” e i tuoi valori, costruisci una comunità che ti segue non solo per quello che fai, ma per quello che sei.

Focus: Crea contenuti che parlano del tuo percorso, delle sfide che hai affrontato, della tua missione. Condividi anche il lato più umano del tuo brand.

Racconta storie

Le storie sono uno degli strumenti più potenti nel marketing. Le persone ricordano più le storie che le informazioni. Usa la narrazione per far vivere esperienze, emozioni, sfide e successi. Le storie creano empatia e condivisione. Porta il tuo pubblico in un viaggio dove loro si riconoscono, trovando in te una guida.

Tattica: Usa la struttura della storia (problema, sfida, soluzione) per ogni post o contenuto. Mostra anche i fallimenti, non solo i successi.

Rispetta il viaggio del tuo pubblico

Ogni persona che arriva sui tuoi social è in una fase diversa del suo percorso: alcuni sono appena arrivati, altri sono già pronti ad acquistare. Devi creare contenuti che rispecchiano il punto in cui si trovano, senza forzarli in un percorso che non sentono ancora loro.

Alterna contenuti per consapevolezza, engagement e call to action più dirette, così da accompagnare il tuo pubblico passo dopo passo.

Strategia: Usa una sequenza di contenuti che prepari e riscaldi il tuo pubblico. Dai loro valore prima di chiedere qualcosa in cambio.

Focalizzati su una piattaforma principale

È facile disperdersi cercando di essere ovunque, ma la vera magia avviene quando concentri tutta la tua energia su una piattaforma dove il tuo pubblico è realmente attivo.

Scegli quella che ti permette di entrare più facilmente in contatto con il tuo target e approfondisci la tua strategia su quella. Padroneggiare una piattaforma ti permette di essere più efficace e di raccogliere risultati tangibili.

Strategia avanzata: Studia la piattaforma in dettaglio, usa tutti gli strumenti che offre (storie, post, live) e crea un piano editoriale coerente.

Dai più di quanto prendi

Il valore che offri sarà sempre la tua moneta di scambio. Non pensare mai a cosa puoi ottenere, ma a cosa puoi dare. Diventa una risorsa per il tuo pubblico. Condividi consigli, risorse, strumenti gratuiti, opportunità di collaborazione. Dai e vedrai che la tua community crescerà.

Strategia: Dai contenuti extra, come guide, PDF, risorse gratuite, o sessioni di Q&A. Coinvolgi la tua audience in modo genuino.

Analizza i dati e agisci

Monitorare le performance è cruciale. Usa gli insights per capire cosa funziona e cosa no. Aggiusta la rotta in base ai dati e continua a testare nuove soluzioni.

Chiamata all'azione chiara e facile

Ogni contenuto deve spingere il pubblico verso un'azione. Che sia un like, un commento o una visita al tuo sito, rendi il processo semplice.

La pratica è tutto: Non aspettare la perfezione, agisci. La continua sperimentazione porta a miglioramenti concreti.

Con questi suggerimenti, il tuo approccio alla comunicazione sui social diventerà ancora più potente e mirato.

Un social media manager esperto non solo crea contenuti, ma sa come costruire una connessione profonda con il pubblico e accompagnarlo in un percorso di valore.