

il valore dei social network

facebook.com/morenopirovano

facebook.com/zampediverse

@morenopirovano



**un'altrove di opportunità
con approccio metodico**

un altrove dove andare

- quando siamo sui social network viviamo, aspettiamo, ci mettiamo a nudo, ci mascheriamo, partecipiamo, creiamo, approfondiamo, litighiamo, siamo a tutti gli effetti in un luogo e siamo noi stessi, abbiamo gli stessi gusti, le stesse aspettative le stesse maschere che possiamo-riusciamo a esprimere in un locale, a una festa, in un intervallo di scuola, in una libreria (ma siamo sdraiati a letto)
- il luogo decisamente non è fisico: esiste e non esiste al contempo è quindi un altrove “nuovo” e per quanto ci mascheriamo siamo comunque noi stessi in un luogo diverso da quelli che conosciamo col corpo e che ha regole e qualità persuasive ed emotive particolari

le regole di un altrove (digitale)

in questo posto lontano senza fisicità dove però ci
rechiamo per ore e ore ogni giorno ci sono delle regole

ad esempio la regola principale è INGAGGIARE

la qualità dell'ingaggio è la qualità del vostro social

ma per INGAGGIARE è più forte l'immagine, la citazione
o il video?

Sappiate che Vince sempre e solo una cosa sul web:



i gatti



La Stampa @la_stampa · 20 gen

Le fusa dei gatti aiutano a combattere la tristezza invernale divr.it/896Z2b



65



72



Espandi

i gatti

sono la passione umana per
eccellenza da millenni
e su Youtube generano traffico
a 7 zeri



Gatti

18 gennaio alle ore 22.00 · 🌐

Stai attento!!!! ❤️



Mi piace · Commenta · Condividi · 👍 6.930 💬 65 ➦ 1.140

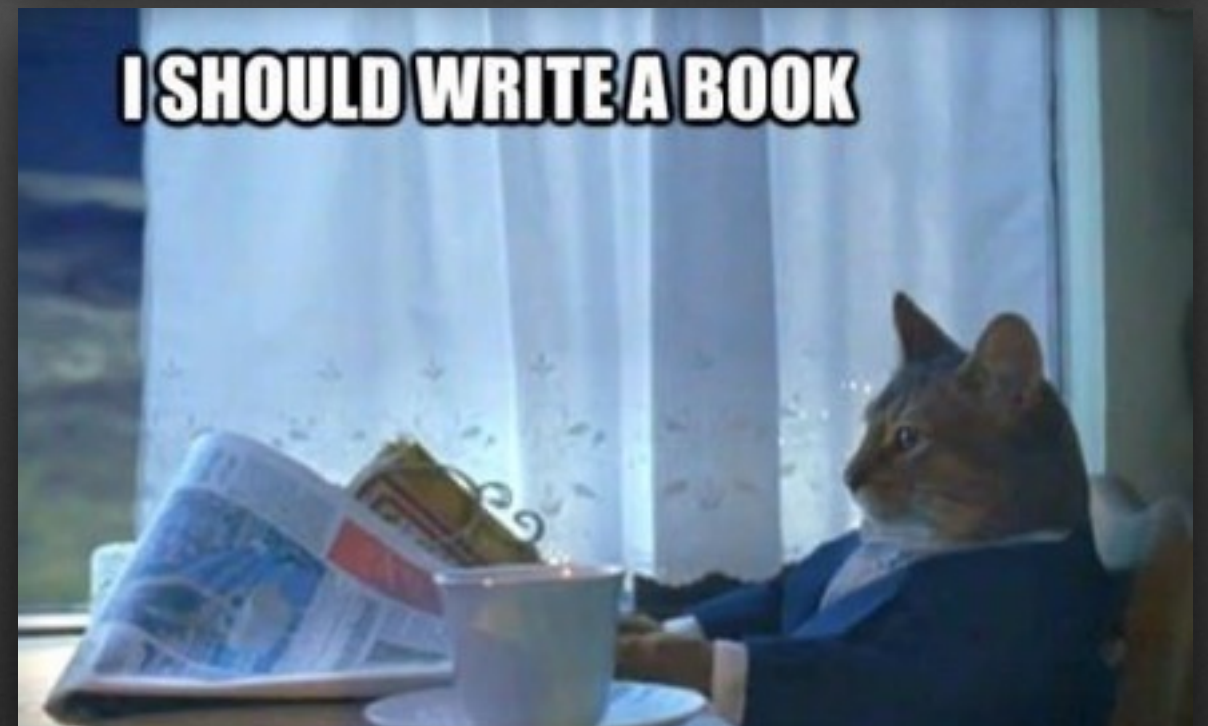
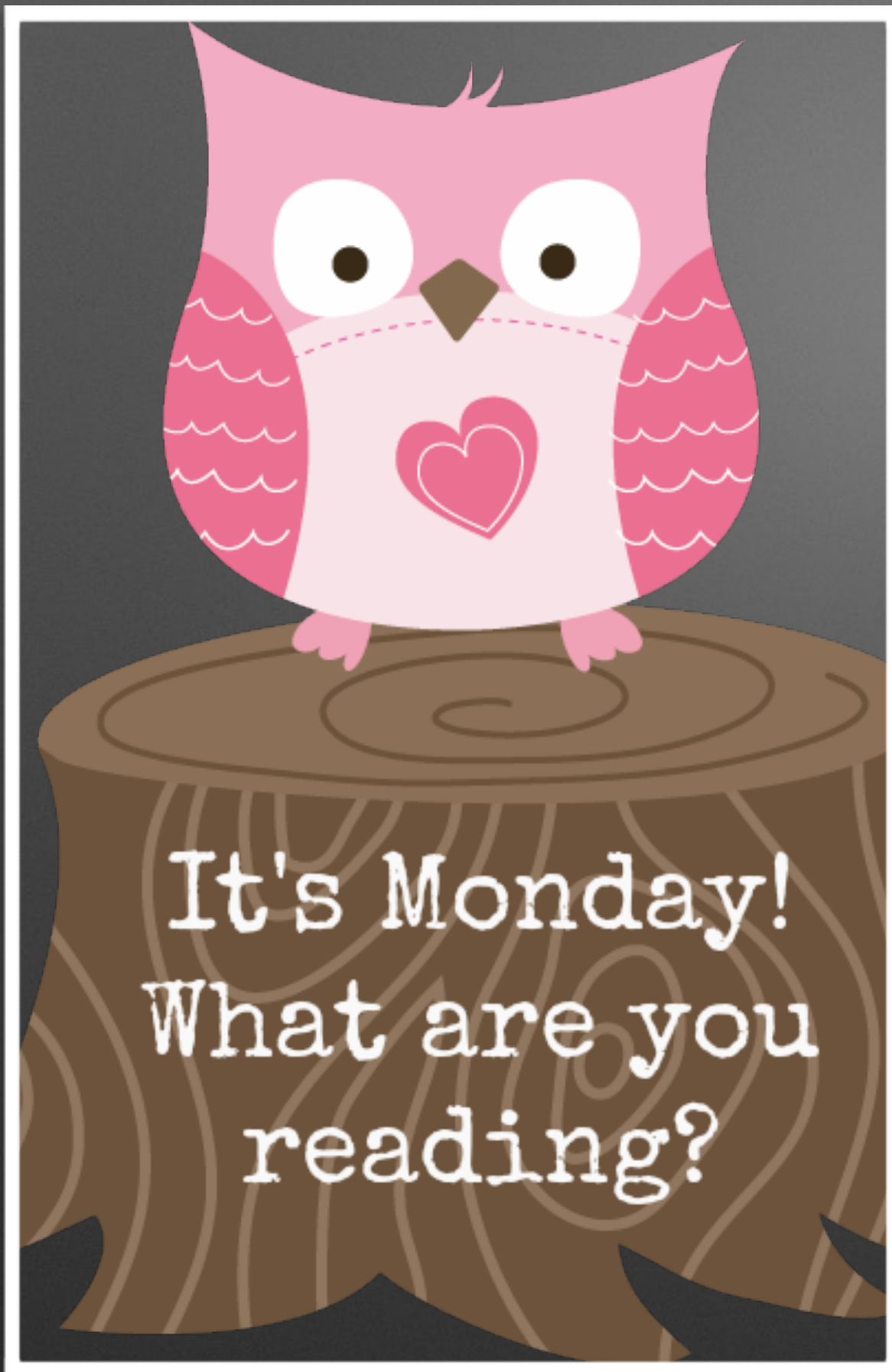
non solo gatti

- MEME
- CITAZIONI
- BELLE FOTO EVOCATIVE
- VIDEO* (connessi a YOUTUBE vs. canale)
- INFO-TEINEMENT (ti avviso sorridendo - ADV)
- GATTI (usate tutte le armi possibili - spingetevi oltre)

*booktrailer delle case editrici / letture autoprodotte



booktrailer case editrici



MEME - INFORMARE DIVERTENDO

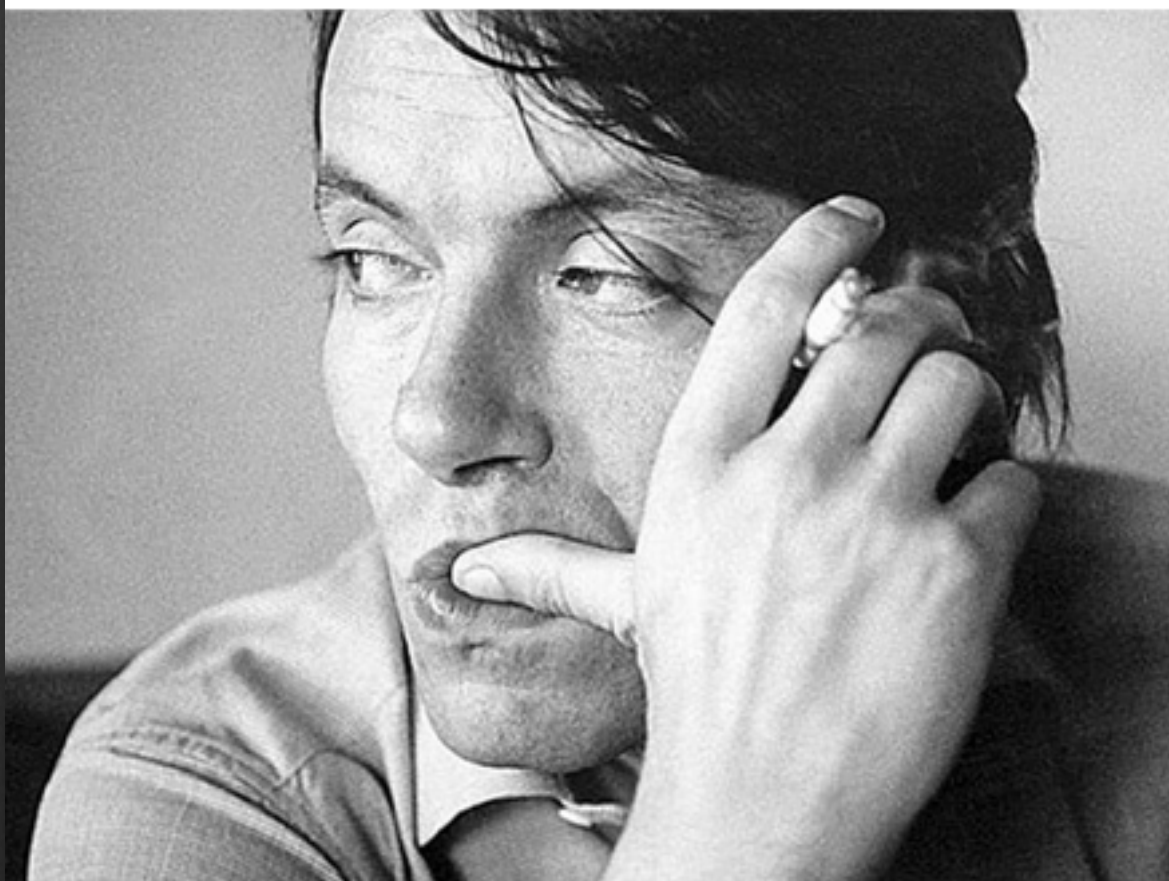


Più libri più liberi

Pubblicato da Simone Pirovano (?) · 12 gennaio

"Io penso che un uomo senza utopia, senza sogno, senza ideali, vale a dire senza passioni e senza slanci sarebbe un mostruoso animale fatto semplicemente di istinto e di raziocinio, una specie di cinghiale laureato in matematica pura."

Come ieri, 11 gennaio, nel 1999 ci lasciava Fabrizio De André.
Ciao Faber!



6.764 persone raggiunte

Metti in evidenza il post

Mi piace · Commenta · Condividi

90 condivisioni

Piace a Beatrice Tomasi, Francesca Carta, Silvana Viti e altri 165.



Scrivi un commento...



IlMaggioDeiLibri

Pubblicato da Manuela Mellini (?) · 27 maggio 2014 · Modificato (?)

All'infuori del cane, il libro è il migliore amico dell'uomo. Dentro il cane è troppo scuro per leggere.
(Groucho Marx)

#ilmaggiodeilibri



11.840 persone raggiunte

Metti in evidenza il post

Mi piace · Commenta · Condividi

383 5 186 condivisioni

citazioni utili

ingaggiare e altre regole

per capire se un social funziona o perché non funziona o come approcciarsi in autonomia o misurare la qualità del lavoro affidato ad uno specialista ecco qualche regola “aurea”

- investire budget e tempo con continuità
- creare una strategia con obiettivi misurabili e realistici
- definire un team social che applichi un progetto editoriale

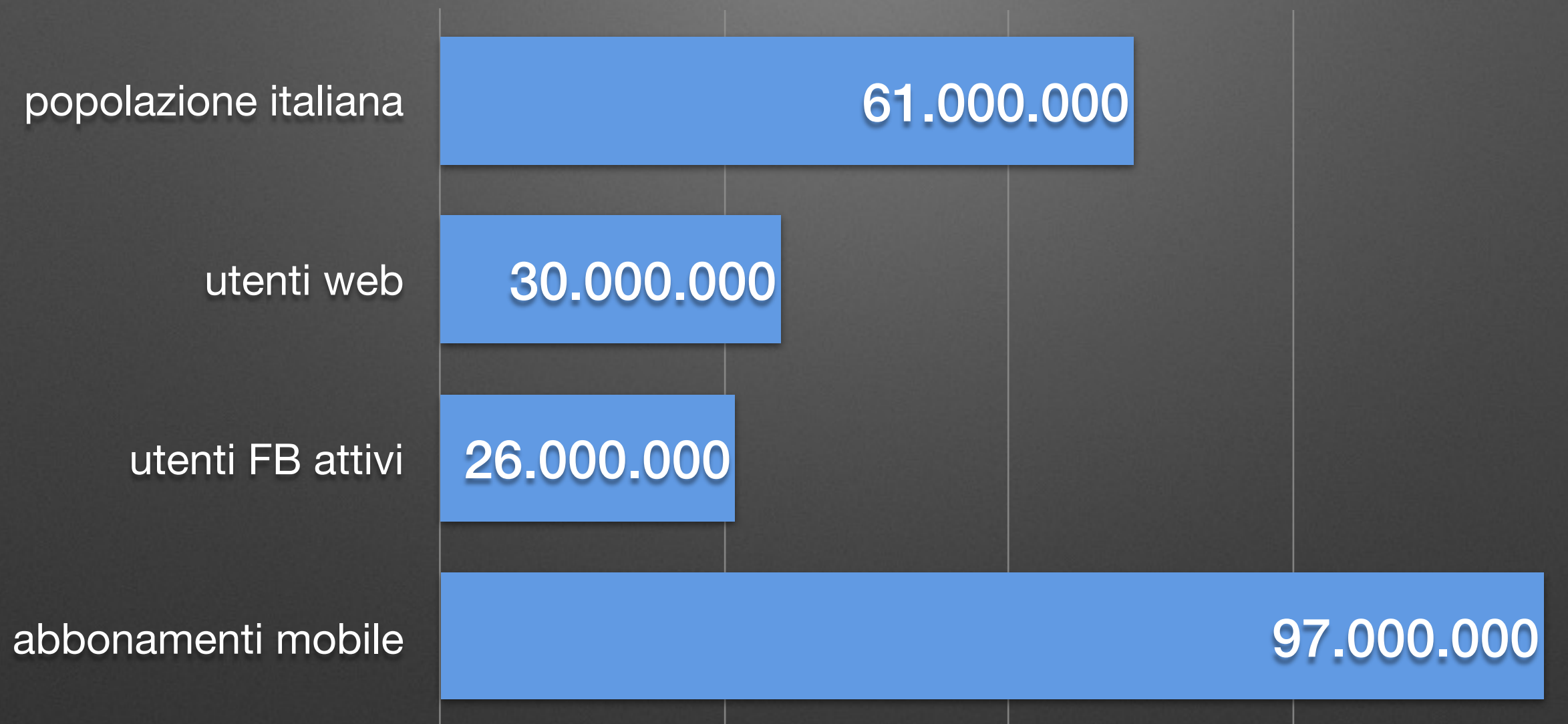
velocemente perché 1

Comunicare coi social è meno costoso di usare una TV, la Radio, un'affissione e a volte anche un volantinaggio. Non funziona se non s'investe, ma al confronto con gli altri media sono decisamente meno cari e hanno una reportistica e una "rapportistica" infinitamente più esplicita (grazie ai dati che la piattaforma offre di analisi e all'esposizione in prima persona di ogni contatto che reagisce allo stimolo in tempo reale).

velocemente perché 2

In una fase 3 il social
può essere gestito direttamente
dal personale della libreria

velocemente perché 3



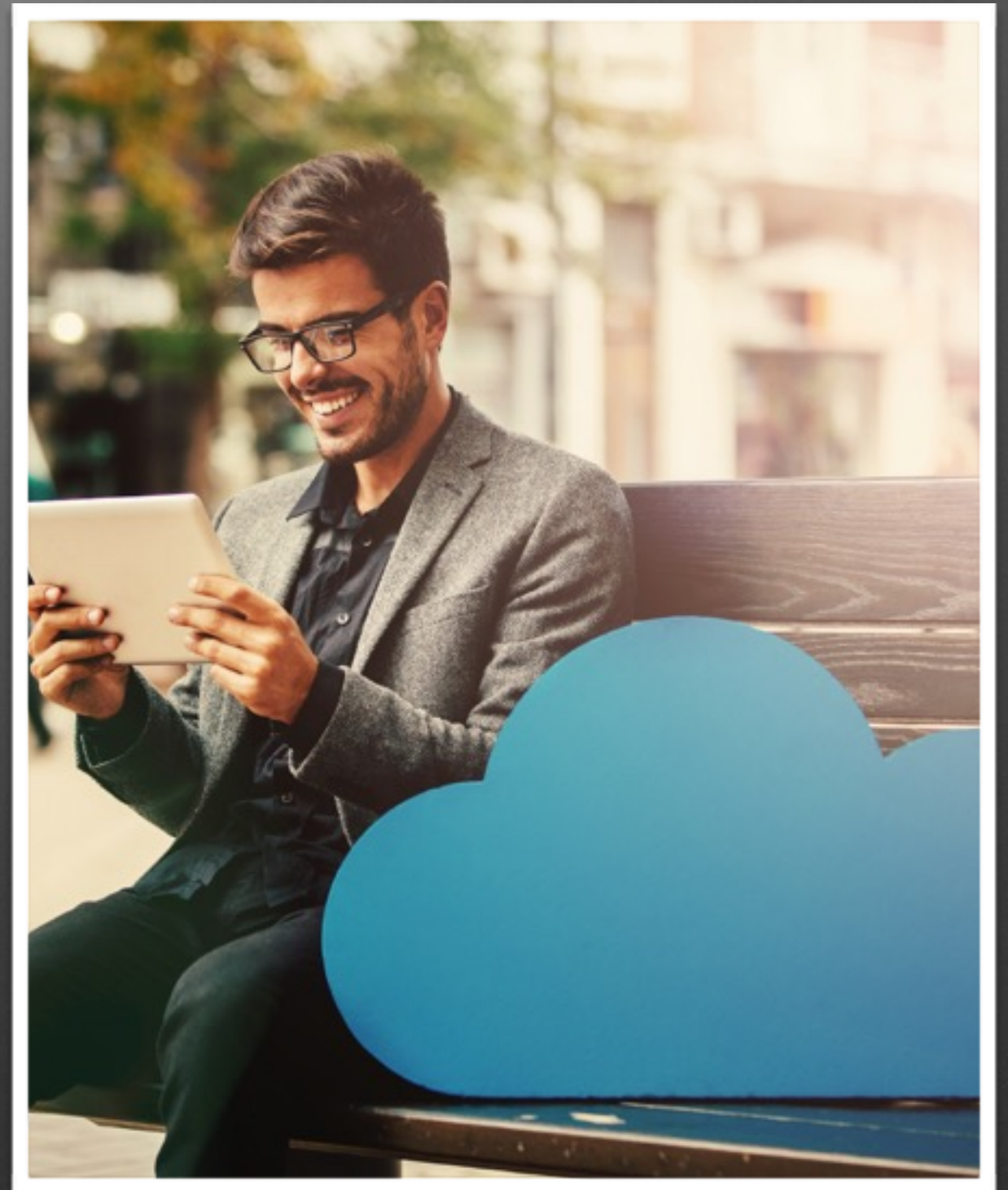
fonte: US Census Bureau. InternetWorldStats. Facebook. ITU

velocemente perché 4

Grazie agli Smartphone (pare ne abbiamo almeno 1 a testa) si sono ultimamente incrementate esponenzialmente le possibilità di comunicare in modo efficace con i propri contatti. Infatti circa il 60% di coloro che accedono ai social network da Smartphone, leggono i post proposti dai social “aziendali-brand” e cliccano sui link o mettono un like o condividono almeno una volta alla settimana.

Mondi, riviste, salotti

- quando pensiamo ai social proviamo ad immaginarli come salotti in cui si parla oppure a riviste DA cui si comunica (e si viene letti) oppure come Mondri-brand che deve esprimere i propri valori e quindi parlarne
- cosa piacerebbe fare ai nostri contatti in una serata tra amici? Cosa vorrei leggere su una rivista interessante? Come mi arriva meglio un messaggio di un mondo-brand?



approccio metodico

- perdetevi ogni speranza nella viralità o voi che entrate
- i social, se vogliamo che abbiano efficacia devono essere gestiti da un soggetto esperienziato con un progetto misurabile con obiettivi di resa e budget adeguati
- se non si ha budget a disposizione la strada sarà lunga e spesso inefficace - un budget minimo va comunque dedicato

come nasce un social efficace

- Farsi subito la domanda: perché dobbiamo fare social?
Chiederselo non è scontato ecco alcune buone ragioni:
- vogliamo mantenere un contatto con i nostri lettori ampliare il numero di contatti, suggellare il rapporto, creare o definire anche sul web il nostro stile il nostro punto di vista il nostro brand
- vogliamo che i nostri contatti sappiano cosa succede nel nostro mondo reale e che conoscano la proposta di promozione alla lettura e all'acquisto
- vogliamo che vengano e acquistino nel nostro mondo reale

un progetto credibile

- strategia: quando quanto come > avere le idee chiare delle dimensioni
- progetto editoriale (lo chiamiamo così da 6 anni è ora di dargli un nuovo nome?) chiaro semplice e ingaggiante
- social team o social nerd o agenzia - vanno bene tutti preferibilmente con un lavoro a staffetta

un approccio personale

- il social team deve scegliere l'approccio (che può anche essere multiplo e diversificato nei casi più complessi e articolati)
- non deve mancare MAI la componente approccio UMANA perché gli amici percepiti tali stimolano l'empatia con quello che si scrive e portano più traffico e più coinvolgimento
- un approccio solo inserzionistico è fallimentare in partenza. Se non supportato dall'emozione si rischia la perdita dei contatti

qual'è il vero valore dei social?
1, nessuno, centomila (fan)

@pirandello_L