

I social network un'opportunità mostruosa

Parte prima



FACEBOOK E GLI ALTRI SOCIAL NETWORK OFFRONO UN POTENZIALE PARI A 99 VOLTE IN PIU' RISPETTO AL TRADIZIONALE, ma.... (?)

INDICE:

- 1) Cosa è un social network
- 2) Le differenze sostanziali tra i principali social
- 3) I social un'opportunità ma con delle regole
- 4) Breve storia di Facebook
- 5) Cosa può fare la tua azienda su un social
- 6) Perché usare i social
- 7) A quali aziende non conviene utilizzare i social
- 8) Perché la gente utilizza massicciamente i social
- 9) Il potenziale di un social network nel manipolare il pubblico
- 10) Come un'azienda può sfruttare Facebook

Premessa importantissima più di tutto il mini book. Abbiamo il massimo rispetto per il nostro lettore, non vogliamo illudere, non vogliamo fare facili promesse ma amiamo essere chiari, semplici e intellettualmente onesti.

- 1) I social sono alleati o nemici, dipende da noi.*
- 2) Non è facile gestire con produttività un social, se così fosse sarebbe inutile usarli.*
- 3) I social si possono imparare, si possono gestire direttamente, si può dare mandato per farli gestire a terzi ma la prima condizione rende vincenti i due passi successivi.*
- 4) Il social network è una disciplina universitaria, ergo non ci si può improvvisare con il fai da te.*
- 5) Oggi molti studenti preparano tesine universitarie molto interessanti.*
- 6) I social si rinnovano molto frequentemente, quindi ciò che impariamo oggi tra sei mesi o un anno sarà sorpassato.*
- 7) I social non sono solo strumenti web ma veri e propri gestori di flussi di persone, consumi, finanze.*
- 8) Oggi, un'azienda grazie ai social può ottenere grandi numeri con investimenti irrisori, 20 o 30 anni fa prerogativa solo della tv e stampa, molto, molto costosi quindi poco accessibili. Oggi un'azienda ha la fortuna a portata di mano ma se non spende due euro per comprare il biglietto...?*

1 - Cosa è un social network

Ai più sembra una domanda inutile poiché tutti diamo per scontato di saper cosa sia un social network ma non è affatto vero e dare una interpretazione distorta ci può portare ad usarlo in modo distorto. Se questa distorsione c'è l'ha chi vorrebbe sfruttarlo per un torna conto economico e/o professionale, come un titolare d'azienda i danni sono importanti. Cosa è un social network? Fare questa domanda ad una platea, porta decine di risposte diverse e simili tra loro, naturalmente tutti si arrampicano più o meno bene ma facciamo chiarezza oggettiva, utilizzando poche parole e possibilmente concrete. La risposta più comune oggi è; social network è una rete sociale, ni, questo non fa comprendere cosa realmente sia un social network, tradurlo dall'inglese all'italiano non è sufficiente. Teniamo ben presente la traduzione, perché la argomenteremo più avanti. Un social network, ad esempio Facebook o WhatsApp è una piazza virtuale, se tanti anni fa ci si incontrava in piazza, in centro, sotto l'orologio, vicino alle torri, davanti al palazzotto oggi ci si incontra in piazza virtuale, quindi un social network è una piazza anche se virtuale. Inutile dire che oggi tutto si sposta sul virtuale, troviamo lavoro sul virtuale, andiamo a cena sul virtuale, compriamo sul virtuale, cerchiamo info e news sul virtuale. Tutto ciò che è lavoro, formazione, business, acquisti passava dalle piazze fisiche oggi da quelle virtuali. Quindi il mondo non ha chiuso i battenti ha solo cambiato forma, noi italiani abbiamo imparato ad usare questa nuova forma? L'abbiamo costruita, plasmata o subita? La presunzione di tutti o quasi ha fatto sì che ci convincessimo di avere il mondo in un palmo di mano (smartphone), ma siamo certi di saperlo usare? Conosciamo la cultura, le dinamiche, le illusioni del web? Basta fare una ricerca su Google, scrivere; analfabetismo web Italia e scopriremo che stiamo messi male ma ci impegniamo ogni giorno per stare peggio, con notevole successo.

Nelle piazze antiche si incrociava di tutto, analfabeti e istruiti, operai e avvocati, timidoni e spacconi, coloro che in piazza trascorrevano l'intera giornata e chi solo due minuti di passaggio, signori e signore lo stesso accade sui social, né più né meno.

Poi esistevano le piazze o luoghi specifici, forse un po' più piccoli come ad esempio le piazze dei contadini, le piazze e/o luoghi delle casalinghe, esempio i mercati settimanali, le stesse scalinate o piazzali davanti alle scuole si creava un luogo di persone selezionate, gli studenti, nelle vicinanze o all'interno dei centri sportivi si incontravano sportivi e atleti, c'erano i luoghi di aggregazione di gruppi politici oggi tutto questo esiste ancora ma nei social network, ergo non tutti i social sono uguali, non tutti usano lo stesso linguaggio, non tutti hanno lo stesso pubblico e/o

personaggio. Come nelle piazze o luoghi fisici anche nei social insistono dinamiche e figure accentratrici e/o aberranti, personaggi falsi o spontanei e benevoli, nel modo web, queste figure si costruiscono in laboratorio, quindi c'è una mente che li pilota e se non impariamo a riconoscerli, veniamo facilmente manipolati ma di questo, forse ne parleremo più avanti. Quindi è chiaro cosa è un social? E' una piazza dove dobbiamo imparare a scegliere la nostra, di conseguenza come comportarci.

2 – Le differenze sostanziali tra i vari social

Quanti social esistono? Ma quanti non ne conosciamo? Quanti ne nasceranno di nuovi? La nostra mente rispetta questa regola; $A = B$, $B = C$, $C = A$.

Applichiamo questo anche con i social pensando che siano tutti uguali, cambiano solo nel nome, grafica e colori, niente di più inesatto.

Ogni social ha le sue regole, il suo pubblico, le sue dinamiche, quando le avremo studiate e poi imparate potremmo farne un uso produttivo e non di semplice svago.

Esisto dozzine di social network ma per ignoranza conosciamo solo quello che usiamo ma non è un limite bensì normalissimo, forse conosciamo tutti i marchi automobilistici come quella di cui possediamo un modello? La nostra compagna o compagno è perfetto? Non possiamo dirlo per certo, non conosciamo nello stesso modo tutte le donne o uomini, non ne avremo il tempo, potremmo continuare con gli esempi all'infinito, noi conosciamo quello che usiamo, PUNTO.

Parliamo di pochissimi social altrimenti rischiamo di prolungarci in una vera e propria enciclopedia da 12 volumi.

Facebook è certamente il più usato, il più famoso, il più "semplice"? Confermiamo è certamente il più usato ma quanti lo sfruttano in modo produttivo? Solo il 5% delle aziende, questo è positivamente proprio per te che stai leggendo. Facebook è perfetto per le aziende che si rivolgono direttamente al consumatore finale. Un'azienda con facebook può decidere di intraprendere il proprio percorso o di brand o di vendita, la scelta dipende dal proprio target o raggio d'azione. Facebook è il social che cambia con maggior frequenza e nel dirvi che cambia, intendiamo che cambia le regole e le

opportunità d'azione ecco perché è difficile imparare oggi e continuare per tre anni con le stesse conoscenze, infatti ci sono state aziende che in un anno hanno ottenuto ottimi risultati e l'anno successivo si sono avvicinate allo zero, non hanno voluto aggiornarsi, ci si fa male, mai e poi mai dare per scontato e durevole ciò che funziona oggi perché domani, certamente cambieranno le regole, le regole nel web si chiamano; algoritmi, vi spiegheremo cosa sono, come funzionano più avanti, forse ☺.

Facebook ogni volta che regala un servizio, ci sta vendendo senza renderci conto e se non vende ci sta analizzando per poi vendere le nostre abitudini. Se siamo iscritti al gruppo delle ricette per dolci, archiverà per poi elaborare quante volte ci colleghiamo nel gruppo, cosa scriviamo o cosa postiamo, controllerà quanti secondi siamo fermi su un'immagine o su un testo nel contempo sa da dove ci connettiamo e con quale strumento che sia un tablet, uno smartphone o pc,

tutte queste informazioni a altre ancora vengono elaborate da algoritmi in un nano secondo e nel tempo queste operazioni saranno sempre più veloci, puntuali e numerose, chiamasi; intelligenza artificiale.

Facebook preferisce testi e immagini, sino a poco tempo fa foto e locandine avevano ottimi risultati, oggi i video sono molto più attrattivi e divulgati dallo stesso social. Nei testi bisogna stare attenti a ciò che si scrive poiché esistono parole che rallentano il post altre che lo censurano, mi spiace non è facile usare facebook ma ripeto questo è un vantaggio notevole poiché una volta imparato e almeno una volta l'anno aggiornandoci con poco tempo investito i sacrifici ci premiano come non mai.

Ogni social ha un pubblico differente ad esempio instagram ha meno cibernauti rispetto a face book ma sono più giovani, dinamici, sportivi e modaioli.

Instagram preferisce foto ma anche video, i video di instagram rispetto a quelli di face book non possono essere più lunghi di 60”.

Altro social importante e selettivo è LinkedIn, questo ha un pubblico prevalentemente di professionisti di target alto è molto indicato per il business to business.

All'inizio di questo capito abbiamo scritto; “quanti ne nasceranno di nuovi”? Non possiamo quantificarli ma possiamo tranquillamente affermare che ne nasceranno di interessanti e innovativi. Immagina se nascesse un social network di soli artigiani certificati, il pubblico dove andrebbe per consigli e/o lavori?

3 - I social un'opportunità ma con delle regole

Proprio vero, le regole sono fatte per essere rispettate, non rispettarle vuol dire? Rimetterci tempo e denaro.

Ma se le regole non le conosciamo come si fa a rispettarle? Bella domanda.

Risposta; le regole, se siamo in grado, possiamo, impararle. Giusto? Giusto!

Se non rispetti le regole di facebook, facebook ti punisce ma se lavori bene con le regole di facebook, facebook ti premia. La stessa filosofia applicano tutti gli altri social, piccoli o grandi che siano. I social premiano se meriti e se segui le regole, ottieni risultati se ottieni risultati, facebook fa il tifo per te e ti premia agevolando la tua inserzione.

Una regola senza la quale, facebook non ti produrrà mai nulla di interessante e/o produttivo.

Usa la pagina personale per cose private e la pagina aziendale per crescere lavorativamente e non solo. Se usi la pagina privata, non otterrai risultati veri e quando facebook si accorgerà che la usi prevalentemente per business, la bloccherà definitivamente, senza preavviso, perdendo così tutti i contatti. Sappi che ha molti è già accaduto. Ti è mai successo di venir bloccato per una settimana o un mese? Se non sei cliente facebook, può succedere frequentemente. Facebook se lo usi per giocare o svagarti, ottimo, non devi imparare nulla ma se vuoi far crescere la tua azienda, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube ecc. sono strumenti eccezionali, ma se li usi male, perdi solo del gran tempo, resti deluso, non crederai nei social e farai un grosso, grosso favore al 5% dei tuoi concorrenti.

Secondo te, perché le grandi aziende usano i social? Perché con i social hanno un rapporto diretto con il consumatore e lo stesso si sente maggiormente coinvolto, rischiando di affezionarsi del marchio, naturalmente è un rischio che le aziende costruiscono a tavolino con gli esperti social che tu non potrai mai permetterti, vero? Falso! Se questi social li studi, li impari puoi tranquillamente gestire o delegare in parte ma conoscendo la materia sarai molto più bravo a scegliere il partner ideale come consulente, diversamente potresti dare il mandato a chi vende solo chiacchiere e ti garantisco, ne esistono a iosa.

Ho visto negozi che hanno portato la merce in scantinato e venduto 100 volte in più, ho visto elettricisti che hanno preso committenze sul territorio italiano, fuori dai

propri confini provinciali. Ho visto falegnami che hanno venduto il proprio mobile 5 e 6 volte di più rispetto alle loro abitudini, ho visto decoratori che non fanno più preventivi perché il cliente, pretende il loro lavoro a qualunque costo e tutto questo e molto altro grazie ai social network. I social sono per tutti ma non tutti possono riuscirci, se studiamo, impariamo, sperimentiamo, pazientiamo i risultati sono certi, tu cosa vorresti fare, improvvisare o proseguire la lettura?

4 – Breve storia di Facebook

Tranquillo non ci ha pagato Facebook per parlare di loro, preferiamo darti informazioni e nozioni più numerose su un solo social (il più diffuso) che darti info insufficienti e piccoline su tutti i social network.

L'ideatore di Facebook è stato un ragazzino americano che invece di annoiarsi nel fare le stesse cose che facevano gli altri ha deciso di "annoarsi" in modo differente facendo ciò che agli altri sembrava strano, pazzesco, inutile, superficiale, il suo nome è; Mark Zuckerbe. Essere diversi conviene. (prima regola per fare business).

Lo scopo dell'ideatore o ideatori (voce di popolo) è stato prima quello di creare uno strumento differente ma alla portata di un determinato pubblico, gli studenti (chiamasi nicchia di mercato), ottenuto un notevole successo è stato reso fruibile e attraente per tutti, quando si è raggiunto un obiettivo importante (numero di iscritti) si è pensato a monetizzare e da quel momento in poi si è trasformato nel social marketing che conosciamo ma non solo, questa possibilità di monetizzare, subito dopo è stata fatta propria da tutti gli ideatori di social, alcuni hanno avuto successo altri hanno fallito.

Negli anni Facebook ha attuato la tecnica della caramella, ti do la caramella, scopri che è buona, ti piace la caramella, ne chiedi un'altra e Facebook te la regala, quando decidi che non puoi più farne a meno, Facebook ha cambiato le regole, ti ha fatto pagare la caramella. Alcuni anni fa se investivi su Facebook 100,00 euro al mese ottenevi ottimi risultati, le aziende ottenevano risultati e investivano più denaro, Facebook da attento guardiano del suo orticello cosa ha fatto? Ha inalzato i prezzi, oggi con 100 euro ottieni discreti risultati per ottenerne di ottimi il budget devi triplicarlo se non addirittura quadruplicarlo. Facebook ha indotto l'inserzionista a spendere di più, pensate che queste tecniche si possono imparare e duplicarle nelle

dinamiche commerciali face to face. Ti piacerebbe che il tuo prodotto o servizio costasse 50 euro ma il cliente, liberamente decidesse di dartene 500? Fantascienza? No, abile commerciale, nonché professionista indispensabile agli occhi del tuo cliente. Come si fa ad imparare? Nel prossimo libro o seminario.

Sapevi che Facebook ha creato anche una moneta virtuale propria. Questa novità cambierà notevolmente il flusso della valuta, sarà un ottimo strumento di scambio e aiuterà molti a pagare, legalmente meno tasse. Anche questo argomento nel prossimo libro o seminario.

I social sono gli artefici virali del cambiamento delle nostre abitudini, chi impara a gestire i social, gestisce il pubblico. Sino a pochi anni fa tutti noi su una scheda prepagata o in un abbonamento di una sim mobile avevamo un notevole numero di sms gratuiti eppure non li usa quasi nessuno oggi, cosa usiamo? ...Bravo ti sei risposto, whatsapp.

Whatsapp è un social network molto ma molto utilizzato dalle aziende poiché ha interessanti servizi di immediatezza. Oggi la gente vuole, “tutto e subito” se un idraulico o un muratore applicasse questa filosofia al proprio lavoro troverebbe un riscontro interessante, chiedo venia, ho sbagliato ci sono già artigiani che applicano codesta situazione, sono artigiani che hanno messo assieme il tradizionale di qualità con la dinamicità dei tempi odierni, i risultati? Superlativi. Ne vogliamo parlare? Nel prossimo seminario o libro.

5 - Cosa può fare la tua azienda sui social

Cosa puoi fare per il bene della tua azienda sui social? Tutto quello che non ottieni con il passaparola tradizionale o meglio 10 volte in più rispetto al tradizionale poiché se non ti funziona il passaparola tradizionale non ti conviene usare i social, vuoi sapere il perché? Saremo lieti di dirti il perché ma non solo, vogliamo anche farti leggere gli altri capitoli e se questo libro lo stiamo distribuendo gratis vogliamo offrirlo a chi veramente merita. Se desideri il resto di questo mini book, entra nel sito dell'Associazione Artigiani 4.0 e fanne richiesta oppure puoi utilizzare la chat su Facebook oppure whatsapp al numero 351.287.8926.

..... A presto, adesso dipende solo da te, noi ci siamo, tu vuoi perdere il futuro o lo stai già inesorabilmente perdendo?

- 5) Cosa può fare la tua azienda su un social
- 6) Perché usare i social
- 7) A quali aziende non conviene utilizzare i social
- 8) Perché la gente utilizza massicciamente i social
- 9) Il potenziale di un social network nel manipolare il pubblico
- 10) Come un'azienda può sfruttare Facebook

In questo momento stai perdendo questi argomenti, a te la scelta.