

Gestione dei social network

La **gestione dei social network** e' diventata una parte essenziale dell' attivit  di marketing per aziende, liberi professionisti ed attivit  commerciali.

La nascita dei social risale al 1997, quando viene lanciato SixDegrees.com , basato sulla teoria dei "**sei gradi separazione**", in base alla quale ogni persona al mondo sarebbe collegata ad un'altra tramite **sei gradi di separazione**, cio  attraverso solo **sei conoscenti**.

Oggi, grazie alla popolarit  dei social media, e' diventato fondamentale per le aziende essere presenti e coinvolte su queste piattaforme, per interagire con il proprio pubblico di riferimento e promuovere il proprio brand.

Indice dei contenuti



- [Gestione dei social network](#)
- [Come gestire i social media ?](#)
- [Definisci una strategia per i social ed individua il tuo pubblico](#)
- [Crea un calendario editoriale per pubblicare i contenuti](#)
- [Gestire i commenti](#)
- [Monitoraggio ed analisi dei dati social](#)
- [Quanto costa la gestione dei social media ?](#)

La gestione dei social media comprende una serie di attivit  che vanno dalla creazione e gestione degli account sui vari social media, alla pianificazione e pubblicazione di contenuti, all'interazione con gli utenti attraverso commenti, messaggi privati e risposte alle domande e ai feedback.



Come gestire i social media ?

Per gestire al meglio i social media , applica le seguenti regole:

- identifica il pubblico di riferimento
- definisci una strategia
- crea un calendario editoriale
- gestisci i commenti
- monitora ed analizza i dati

Definisci una strategia per i social ed individua il tuo

pubblico

Prima di tutto, e' necessario **identificare il proprio pubblico target** e capire su quali social media trascorre maggiormente il proprio tempo. Identificare i clienti target vuol dire individuare, in maniera puntuale, i potenziali destinatari dei propri prodotti o servizi.

L'individuazione del target può essere facile, se già la tua attività ha un bacino clienti ben identificato o difficile, se la tua attività è in fase di avvio. In entrambi i casi è però fondamentale, anche nella gestione dei social media, aver ben definito a chi rivolgi il tuo messaggio.

Una volta definito il pubblico target, imposta **la strategia da utilizzare sui canali social**.

La strategia può avere obiettivi diversi a seconda di come vuoi utilizzare i social media. Potresti ad esempio utilizzarli per integrare la promozione dei tuoi prodotti e/o servizi, creando contenuti che diano consigli ed informazioni che riguardano l'ambito di quello che offri. Oppure potresti usare i social per l'assistenza post-vendita, o per raccogliere suggerimenti da parte dei tuoi clienti, per migliorare e/o modificare i tuoi prodotti.

Nulla ti impedisce di unire diverse strategie, l'importante è che questa venga impostata e tenuta sempre a riferimento nella gestione dei social network.

Crea un calendario editoriale per pubblicare i contenuti

Una volta identificati i **canali social piu' appropriati** per la propria attività, e' possibile creare account aziendali su questi social media ed iniziare a pubblicare **contenuti pertinenti e di valore per il proprio pubblico**.

E importante anche pianificare e programmare la pubblicazione dei contenuti per garantire una presenza costante e coerente sui social media. Si possono utilizzare [strumenti di gestione dei social media](#) per programmare i post in anticipo e monitorare l'engagement generato dai contenuti pubblicati.

Creare un calendario editoriale, ti aiuta a pianificare le uscite, ottimizzare gli

argomento da trattare, tenere sotto controllo le stagionalità, ossia gli eventi particolari che si ripetono durante l'anno (*feste, ricorrenze, etc*), in modo che tu possa sempre essere pronto ad ottimizzare i tuoi contenuti e renderli attuali.

Nella gestione dei social media è fondamentale essere costanti e presenti, per affezionare il pubblico e mantenere sempre alto il livello di attenzione verso il proprio marchio.



Gestire i commenti

La gestione dei social media richiede anche un'**attiva interazione con gli utenti**.

Rispondere ai commenti, ai messaggi privati e ai feedback è essenziale per creare un rapporto con il proprio pubblico e costruire la fiducia e la lealtà dei clienti. È importante rispondere in modo tempestivo e cortese, risolvendo eventuali problemi o preoccupazioni degli utenti.

Ecco 5 consigli per gestire al meglio i commenti:

- rispondere sempre : sia quando si riceve un commento positivo che negativo
- dare una risposta articolata : non usare solo “*grazie*” per rispondere, ma personalizzare la risposta per singolo utente
- non eliminare mai i commenti negativi : i commenti negativi ricevuti non devono essere eliminati, ma lasciati con la nostra risposta, scritta sempre con tono rispettoso e di ringraziamento, che evidenzi il nostro impegno a risolvere l’eventuale problema segnalato
- spostare la conversazione nei DM : quando bisogna risolvere un problema, è consigliabile indirizzare l’utente a scrivere nei messaggi diretti (*privati*)
- eliminare lo spam : cancellare i commenti spam ed ignorare eventuali troll , in caso di necessità , puoi bloccare gli utenti “molesti”

Monitoraggio ed analisi dei dati social

La gestione dei social media puo’ anche includere **attività di monitoraggio** ed analisi per valutare l’efficacia delle proprie strategie di marketing sui social media.

La **social media analytics** , permette di verificare l’efficacia di uno o più social network, di confrontare la risposta ricevuta sui diversi canali, per lo stesso contenuto pubblicato, in modo da individuare al meglio come gestire i diversi canali.

È possibile utilizzare strumenti di analisi per monitorare il numero di visualizzazioni, il coinvolgimento ed il traffico generato dai propri contenuti sui social media.

I dati raccolti, possono essere utilizzati per valutare ed ottimizzare le proprie strategie di marketing.

Quanto costa la gestione dei social media ?

La gestione dei social è un impegno costante ed è un lavoro che dovrebbe essere affidato a professionisti, un social media manager o ad un’agenzia che svolge

questo tipo di servizio.

Gestire i propri social direttamente può essere comunque fatto, soprattutto se vengono utilizzati strumenti che aiutano a programmare, controllare e gestire i vari contenuti, per i diversi canali.

Se si vuole affidare la gestione ad una figura esterna, i prezzi possono essere molto variabili e tutto dipende dalle strategie da adottare e dal calendario editoriale da applicare.

I social media hanno cambiato il modo in cui facciamo gli affari, passiamo il nostro tempo libero e condividiamo le nostre vite e le nostre opinioni

In conclusione, la gestione dei social media è essenziale per le aziende che desiderano promuovere il proprio brand ed interagire con il proprio pubblico. Con una strategia chiara e ben definita, la pianificazione e la pubblicazione di contenuti di valore e l'interazione attiva con gli utenti, è possibile realizzare una gestione efficace dei social media.

[mailup_form]