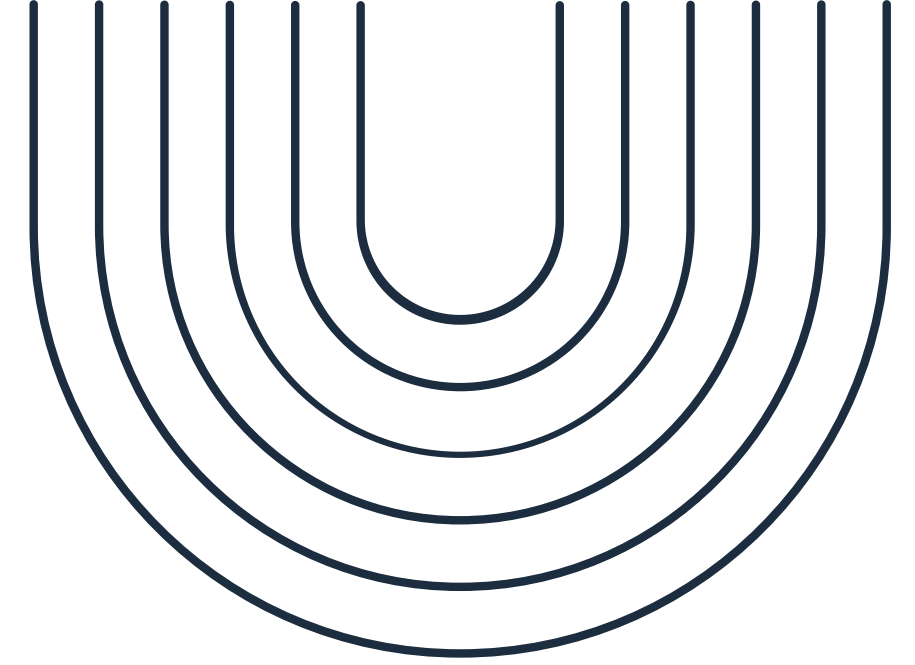




TROVARE GLI ARGOMENTI DA SVILUPPARE SUI SOCIAL

Federica Paviola

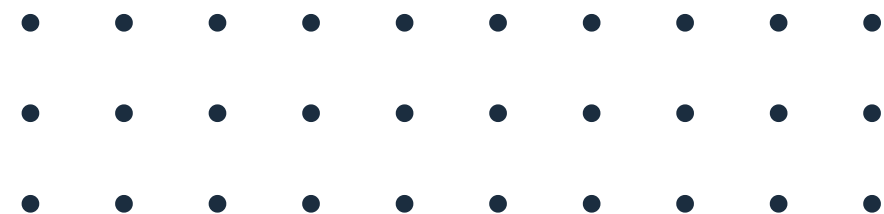




01. LA REGOLA DELL'80/20

02. L'ISPIRAZIONE È OVUNQUE

03. COME DISTINGUERTI - CASI STUDIO



**DI COSA
PARLEREMO**

MI PRESENTO

Sono Federica Paviola, **social media strategist.**

NON social media manager. Cosa significa?

Che mi occupo di tutto il lavoro che si intraprende PRIMA della pubblicazione.

Aiuto i miei clienti a scegliere su quali canali essere presenti, come comunicare al target che abbiamo individuato, quale TOV utilizzare, di cosa parlare e come farlo, per raggiungere l'obiettivo principale che hanno i business online:

far conoscere la propria realtà e VENDERE.

IL MIO BACKGROUND

Dopo un passato in agenzia di comunicazione, ho deciso di diventare freelance per impostare il mio metodo di lavoro.

La parte **strategica** della comunicazione viene spesso travisata, mentre è **un aspetto fondamentale per ottimizzare budget, risorse ed energia.**

Avere un piano ben definito sui social è un aspetto fondamentale per poter vedere dei risultati in tempi brevi e comunicare nel miglior modo con il proprio target.

Nessun business o professionista è online per svago, stiamo usando la piattaforma per vendere.



01.

PER VENDERE NON
DEVO VENDERE



REGOLA DELL'80/20

Quando parliamo di contenuti o di strategie di business, l'equilibrio che mi aiuta a raggiungere il mio scopo di vendita ma risulta un'esperienza positiva per l'utente-cliente è il giusto bilancio tra i contenuti:

80% di valore
20% di vendita

Colgate nelle pubblicità non mi parla di quanto costa il suo dentifricio, me lo fa associare a persone sorridenti e felici e a contesti specifici, riferiti al suo target.

Conoscere la tua buyer persona è fondamentale per capire cosa è definibile di valore, quali emozioni funzionano meglio e possono aumentare le vendite.



QUALI CONTENUTI SONO DI VALORE?

Racconta una storia!

Prima di vendere qualcosa a qualcuno, devo rendere reale una necessità (anche se inespressa) e far capire il valore di quel qualcosa.

In un mare di offerte, devo distinguermi per un tratto distintivo e unico: la mia storia.

Alcuni esempi:

- La tua storia o del tuo studio
- I valori del tuo brand
- Il "dietro le quinte" dell'attività
- L'adattamento di argomenti caldi per la nostra nicchia



QUALI CONTENUTI SONO DI VALORE?

Ascolta la tua community

Quando il tuo target ti conosce, ti reputa affidabile e professionalmente competente, assimilerà con piacere i tuoi contenuti.

I contenuti di valore si alternano tra:

- interessanti per la tua community attiva
- genericamente interessanti e facili da comprendere
- verticalizzati sulla tua nicchia

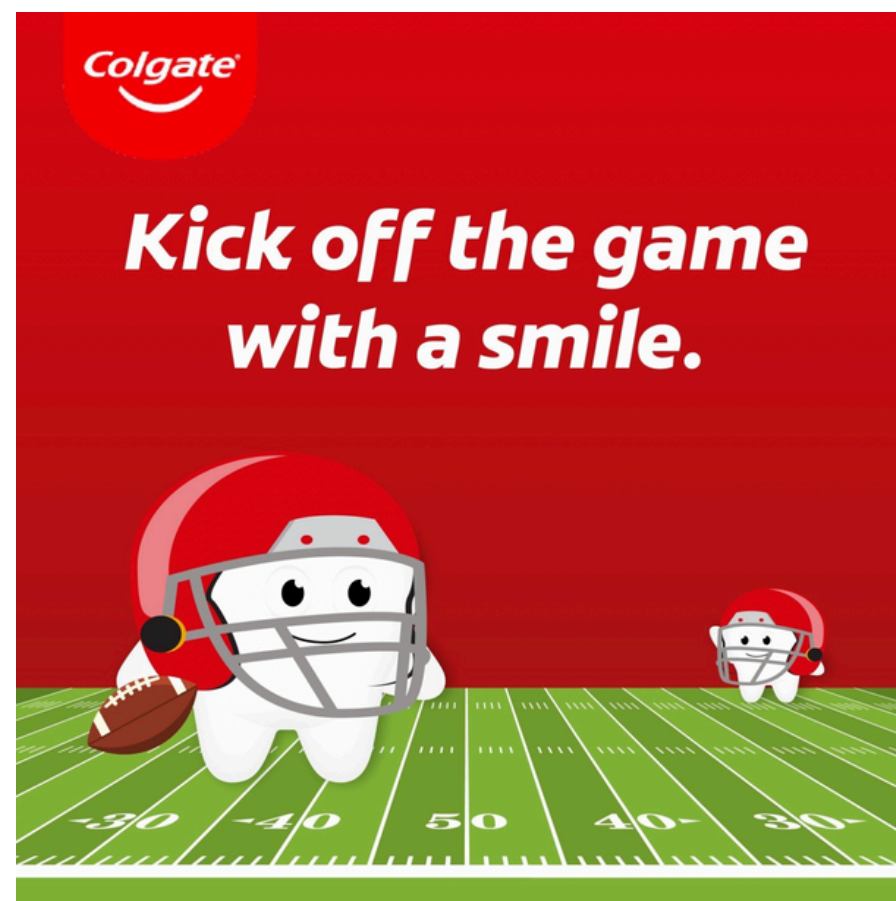
Sceglierai in base al tuo target quali contenuti sviluppare maggiormente e come trattare i diversi argomenti.

Un argomento può essere di valore in tutti e 3 i sottogruppi a seconda di come si presenta.





REAL TIME PER COINVOLGERE



I SENTIMENTI MUOVONO I CLIENTI

ONLINE DOBBIAMO RIPRODURRE
DELLE TECNICHE CHE
FUNZIONANO OFFLINE

Prendiamo ad esempio i supermercati.

Quando camminiamo nelle corsie di un supermercato, siamo bombardati di messaggi pubblicitari, alcuni che fanno leva su dei sentimenti, altri su stimoli veri e propri.



L'80% DEGLI ACQUISTI CHE COMPIAMO È MOSSA DA IMPULSI INVOLONTARI



Il **posizionamento dei prodotti** non è casuale, ma per tutto il percorso veniamo spinti ad acquistare di più.



Le recenti **tendenze** che ci portano a fare attenzione alla salute e al green hanno portato ad un posizionamento differente dei prodotti.



Recenti **regolamentazioni** cercano di **tutelare i più giovani**, ma anche loro sono un target per le strategie di marketing.



“MA IO VENDO UN SERVIZIO”

Infatti tutte le strategie che vediamo intorno a noi, vanno applicate e adattate.
Il supermercato attua tecniche di vendita anche senza espressamente vendere.
Noi online dobbiamo fare la stessa cosa.

Se vedo un contenuto online che mi piace, non posso riprodurlo tale e quale, ma lo riadatto al mio target e al mio modo di comunicare.

Ciò che differenzierà maggiormente la tua comunicazione sei TU, ma solo se saprai comunicare in maniera ottimale al tuo target, rimanendo fedele a te stesso e alla tua comunicazione.

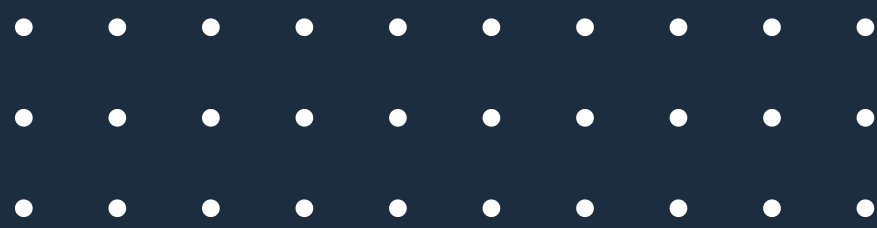
Ricorda che utilizzi le tue piattaforme per vendere e trovare nuovi clienti, ma anche sui social è importante essere professionali.



02.

L'ISPIRAZIONE È
OVUNQUE





Ogni giorno in cui cammini per strada, guardati intorno.
Guarda i banner pubblicitari, la pubblicità in tv, sui giornali, le riviste, i siti e i social.

Trovi qualche elemento che attira subito la tua attenzione, che non sia il prezzo?

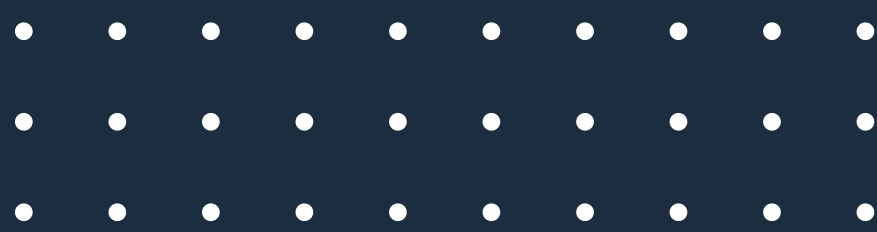
Io consiglio sempre di guardare la pubblicità in tv per farsi un'ottima idea di cosa funziona, quali emozioni e parole attirano l'attenzione.

Poi pensa alla tua buyer persona:

Quali esigenze ha?

Quali emozioni prova quando sceglie il tuo servizio?

Cosa i tuoi clienti apprezzano maggiormente del tuo lavoro?



I social sono un'estensione del tuo lavoro offline.

Non siamo online solo per vendere.

Non siamo assolutamente online per SVENDERCI.

Mantieni coerenza comunicativa in ciò che fai, spingendoti oltre i tuoi limiti ma senza snaturare la tua comunicazione o CHI SEI.

Non hai una grande “parlantina” e quando ti guardi in video non ti senti a tuo agio?

Leggi il tuo post e ti sembra noioso e prolisso?

Chiedi un feedback a qualcuno di vicino, in grado di offrirti un'opinione sul tuo contenuto.

Ancora meglio se non è del tuo settore!

Cerca qualcuno di simile al tuo target, ove possibile e avrai modo di aggiustare il tiro per i tuoi contenuti.

Ma gli argomenti, dove li troviamo?

In parte l'abbiamo visto nelle scorse lezioni, ma cerchiamo di fare ordine.

Fai una lista che contenga i macro-gruppi di argomenti da sviluppare e poi elenca tutte le idee che ti vengono in mente.

- quali domande ti fanno spesso i nuovi clienti?
- raccogli i feedback dai tuoi clienti passati
- raccogli i progetti effettuati e capisci cosa potrebbe maggiormente colpire gli utenti online
- chiedi a familiari e amici di elencare onestamente le domande che vorrebbero farti sul tuo lavoro
- raccogli una serie di termini fondamentali da conoscere nel tuo settore
- racconta la tua storia e presentati!

Ora avrai degli argomenti definibili **“evergreen”**, da poter utilizzare in qualsiasi momento.

Se farai un buon lavoro, non dando niente per scontato, troverai già una lunghissima lista di argomenti da sviluppare!

Iniziamo a prendere ispirazione dalla rete:

- 1** **COMPETITOR** - Sono sempre un'ottima fonte di ispirazione. Sì, potete seguirli. Sì, potete interagire con i loro contenuti. Se il vostro vantaggio competitivo è evidente, le persone scelgono VOI e non la concorrenza.
- 2** **ARGOMENTI CALDI DI SETTORE** - Potete trovarli ovunque, su riviste specialistiche, dalle richieste frequenti dei nuovi clienti, dai bonus statali, dai blog, dai contenuti che vedete sui social....
- 3** **TREND DA RIADATTARE** - Se vediamo un trend che viene riproposto e funziona, cavalchiamo l'onda! Decidiamo quale format replicare e come. Normalmente il format è audio - scritta - movimenti visivi, quindi scegliamo quale elemento cambiare e rendiamo un contenuto riconoscibile
- 4** **CONVERSAZIONI ONLINE** - Usate la fantasia! Se ci sono argomenti in real time che vedete ricevere grandi interazioni, potete riadattarli ai vostri contenuti! Esempi? Sanremo, mondiali, olimpiadi, festività, ecc.
- 5** **BLOG E SITI** - Prendersi qualche minuto per navigare online è utilissimo per prendere ispirazione su argomenti da sviluppare o novità su cui esprimere il parere professionale
- 6** **SOCIAL** - Anche qui consiglio di prendersi qualche minuto al giorno per guardare i competitor, soprattutto esteri, per prendere ispirazione dei contenuti

03.

CASI STUDIO

*Navigando online, prendiamo ispirazione da chi
comunica bene sui social.*



COME DISTINGUERSI

Come ben sapete, non è possibile rivolgersi e piacere a tutti, ma è necessario trovare la propria "nicchia" di riferimento, il proprio target a cui rivolgersi.

Perché scegliamo un professionista piuttosto che un altro?

Molte volte la differenza non è la qualità del servizio, ma come lo ha comunicato con me.

Il fattore più importante non è il prezzo,
ma il valore.

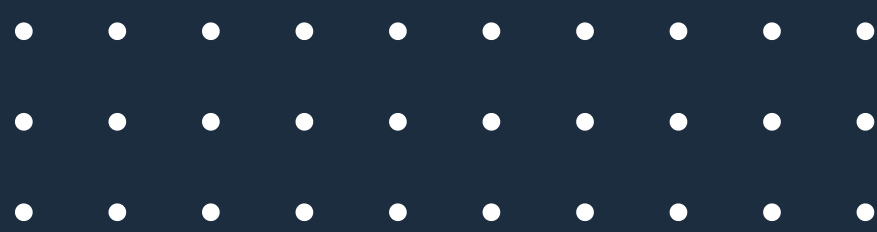
I fattori per cui un brand riesce a distinguersi sono:

valori chiari

coerenza

chiarezza del messaggio





Uno dei social di comunicazione visual per eccellenza, che sicuramente può aiutarvi a iniziare il vostro percorso di comunicazione online, è Instagram (come sempre, assieme a Facebook).


Ho navigato su Ig e guardato alcuni profili.

Già dalla bio e dal loro feed, possiamo capire la loro specializzazione, il loro modo di comunicare ed il loro target.

Non solo i risultati dei loro lavori mi porteranno a capire a quale professionista rivolgermi, ma anche il loro modo di comunicare in prima persona.

Iniziamo da qualche esempio:

< sarapi_design ...








1.481 posts 4.150 followers 1.069 following

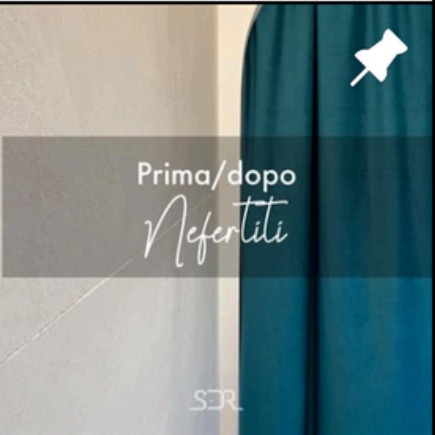














Sara | Architetto & Interior Designer | Illustratrice SdR
 © Artist

🏠 Trasformo gli spazi con il minimal color 🌿🎨
 🖌️ Per te illustrazioni e contenuti di ispirazione ✨
 📍 Pescara e dintorni | 🌐 Online
 ✉️ Scrivimi in Dm
 See translation

🔗 msha.ke/sarapi_design and 1 more

Follow Message Email +

 Casa P&F
  Casa F
  Casa A
  Chi sono
  Servizi

 <p>Prima/dopo Nefertiti</p>	 <p>Perché il cliente dovrebbe scegliermi</p>	 <p>Regola del 60 30 10 %</p>
 <p>Da Concetta</p>	 <p>Nefertiti</p>	 <p>Prima/dopo Lievita pinza</p>
 <p>man-arti Collezione d'Autore Sarapi "I colori della natura"</p>	 <p>Lievita pinza Restyling sala</p>	 <p>Open! Studi aperti</p>
 <p>Luci & Angolo di lavoro</p>	 <p>Progetto bagno di servizio/ lavanderia Casa P</p>	 <p>Dimensione divano</p>
 <p>Ufficio/zona relax ristorante New Gilda Luxury</p>	 <p>Altezze da considerare nel tuo bagno</p>	 <p>Progetto bagno grande Casa G Pt.2</p>

andrea_benedetti_architetto [Follow](#) [Message](#) +👤 ...

4,082 posts 56.7K followers 6,219 following

Andrea Benedetti Architetto Panificio
 @andrea_benedetti_architetto
 Architectural designer
 PANIFICIO sforniamo progetti alla giusta cottura! Esperto in Rigenerazione Architettonica!
 CDO Ordine Architetti BS
 CDA... more
calendly.com/andrea-benedetti-architetto/appuntamento-telefonico + 1

Followed by stefaniapescantini and saraferriario__

Links ✕

[Prenota Appuntamento Telefonico](https://calendly.com/andrea-benedetti-architetto/app...)
calendly.com/andrea-benedetti-architetto/app...

[Chatta con me o Chiamami!](https://wa.me/message/KTUCPTH3WJIE1)
wa.me/message/KTUCPTH3WJIE1

FLORIM BERLINO 1 COSEDICAS



andrea_benedetti_architetto CASA DA/RI RIGENERAZIONE ARCHITETTONICA
 "È possibile trasformare un edificio senza intaccare nuovo suolo?"
 Oggi esploriamo la rigenerazione architettonica, un processo che consente di demolire e ricostruire mantenendo il sedime esistente, senza consumare nuovi spazi. Un approccio innovativo e sostenibile, fondamentale per il futuro dell'architettura.

In uno dei miei progetti recenti, ho impiegato il vetro mattone per creare ambienti luminosi e moderni, mentre il rivestimento in sughero, totalmente naturale, ha aggiunto valore sia in termini di isolamento termico che estetico. Questi interventi non solo rispettano il terreno su cui si costruisce, ma migliorano la qualità e l'efficienza degli spazi abitativi.

Demolire per rigenerare non significa spreco, ma piuttosto dare nuova vita in modo intelligente. Siamo davvero consapevoli del potenziale di ciò che esiste già?

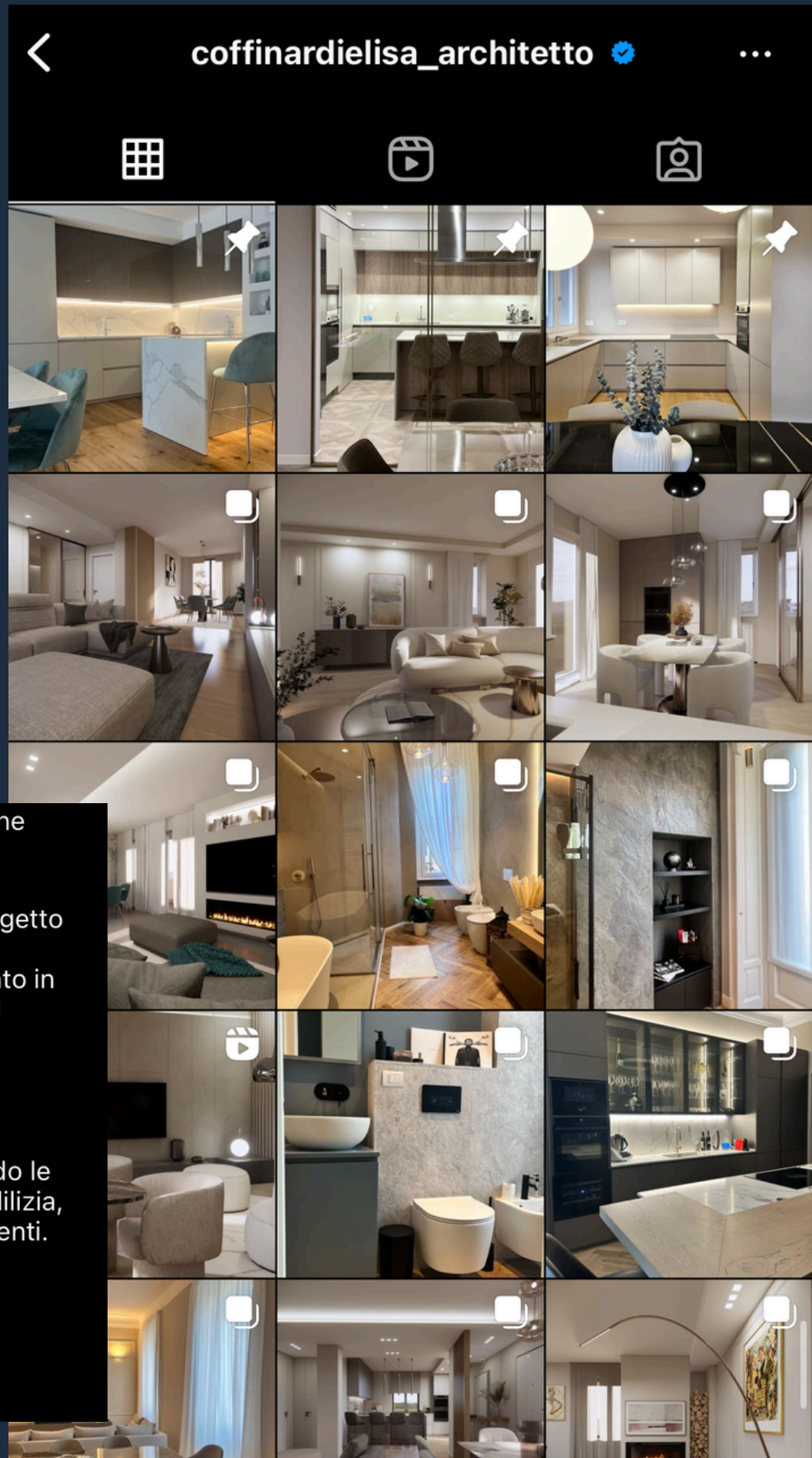
Cosa ne pensate? Come immaginereste l'uso di vetro mattone e sughero nei vostri progetti? La rigenerazione potrebbe essere la chiave per un'architettura più sostenibile?

Siete pronti a dare nuova vita ai vostri spazi?

andrea_benedetti_architetto [Follow](#)

Grid of 15 Instagram posts:

- 1. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 2. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 3. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 4. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 5. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 6. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 7. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 8. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 9. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 10. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 11. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 12. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 13. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 14. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.
- 15. A man in a black shirt standing in a modern interior with a large window.



coffinardielisa_architetto 🏠 **Ristrutturazione Epica a casa F&A Viale Monza!** 🏠

Ciao a tutti! 😎 Volevo condividere con voi un progetto che mi ha tenuta occupata diversi mesi. Ho avuto l'opportunità di ristrutturare un intero appartamento in Viale Monza a Milano, e sono super entusiasta del risultato finale! 🎉

La trasformazione è stata radicale: in fase di demolizione, sono rimasti in piedi solo i pilastri!

Ogni dettaglio è stato pensato e realizzato secondo le mie indicazioni, dalla progettazione alla pratica edilizia, fino alla direzione lavori e alla scelta dei complementi. 🎨💡

📸👉 Fatemi sapere cosa ne pensate e se avete domande su come ho realizzato questo sogno architettonico! 💬😊



gaia_miacola_architetto 🏠 Follow

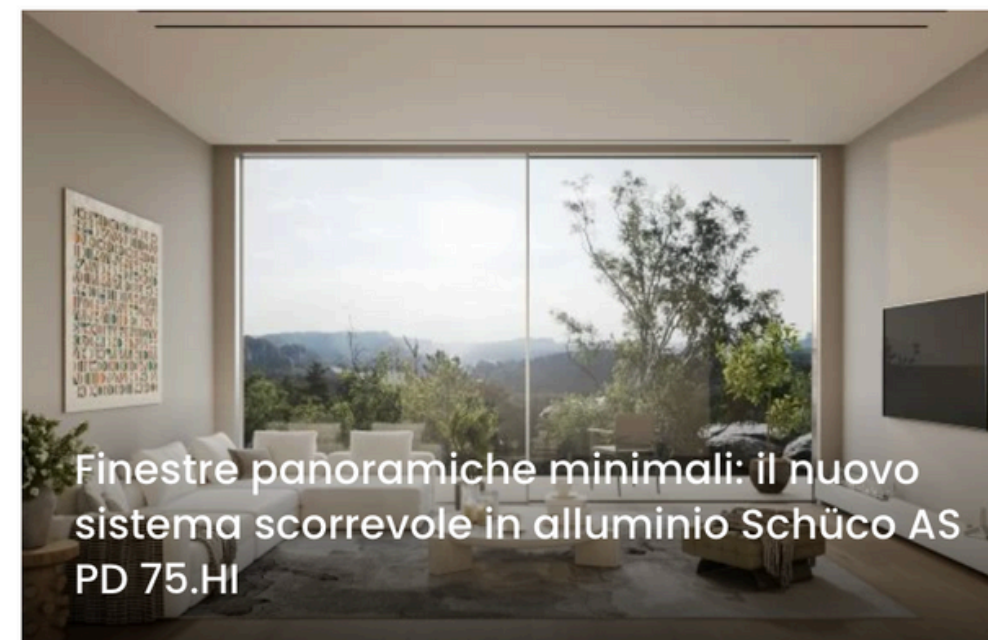
Gaia Miacola ha già un livello di comunicazione super avanzato e molto ordinato, quindi prenderemo lei ad esempio.

È presente su diversi canali, differenziando la comunicazione sempre in maniera professionale e ottimizzata alla piattaforma.

Ci sarebbe anche qui, come sempre, margine di miglioramento, ma trovo la sua comunicazione molto efficace.



Cameretta da sogno per bambini: lasciati ispirare da queste 25 idee "favolose"



Finestre panoramiche minimali: il nuovo sistema scorrevole in alluminio Schüco AS PD 75.HI



Novità Cersaie 2024: il Vento del Sud di Fap Ceramiche

OTTIMIZZARE SPAZI

Digita e premi invio ...







2.469 posts 482K followers 609 following




Gaia Miacola

Interior Design Studio

- ♡ Trasformo i tuoi desideri in emozioni da abitare
- ♡ Solo interni eleganti con un tocco chic
- ♡ Per la tua casa visita il mio blog online 

See translation

 www.gaiamiacola.it and 2 more

 La  che vorrei  Gaia Miacola



Gaia Miacola

@GaiaMiacola · 3210 iscritti · 9 video
Sono Architetto e Interior Designer dal 2004. ...altro
gaiamiacola.it e 3 altri link

Iscriviti

Home Video Playlist 



Gaia Miacola | Il Mio Viaggio nell'Interior Design

326 visualizzazioni · 2 settimane fa

Ciao sono Gaia, architetto e interior designer nata e cresciuta in Puglia.

La mia passione per l'architettura è iniziata sin da piccola e si è trasformata in una professione dove l'interior design è come una ricetta: ingredienti semplici e locali creano ambienti eleganti e funzionali....

ULTERIORI INFORMAZIONI

Video



Gaia Miacola | Il Mio Viaggio nell'Interior Design



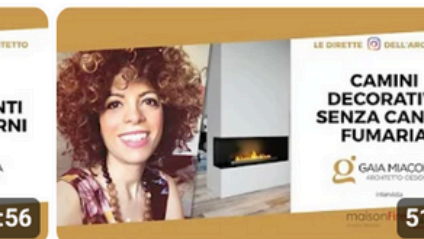
Illuminazione a faretto per interni | Gaia Miacola



Rubinetteria in finitura e box doccia | Gaia Miacola



Tende da sole per esterni | Gaia Miacola



Camini decorativi senza canna fumaria | Gaia Miacola

Come vi anticipavo nelle scorse lezioni, Pinterest può essere un ottimo psocial dove aumentare la propria visibilità, sia con pin salvati che creati!

The screenshot shows the profile of Gaia Miacola Architetto on Pinterest. The profile includes a circular profile picture of a woman with curly hair, her name, and the username 'gaiamiacola'. It also displays statistics: 59,600 followers, 205 following, and 1.8 million monthly views. A bio describes her as an architect, interior design consultant, and dreamer. A website link 'gaiamiacola.it' and a red 'Segui' button are visible. Below the profile, there are two tabs: 'Creati' and 'Salvati', with 'Salvati' being the active tab. The 'Salvati' section shows a grid of five boards: 'Tutti i Pin' (2,000 pins, 6 months), 'Design' (55 pins, 6 months), 'Bagni di Design' (50 pins, 3 years), 'Progetti' (1,100 pins, 3 years), and 'Idee per gli Ingressi' (7 pins, 4 years). A question mark icon is present in the bottom right corner of the boards grid.

Gaia Miacola Architetto
gaiamiacola

59,6mila follower · 205 following · 1,8Mln visualizzazioni mensili

Sono Gaia Miacola. Architetto. Consulente di Interior Design. Sognatrice. Perfezionista. Amante del bello.

gaiamiacola.it

Segui

Creati Salvati

Tutti i Pin
2mila Pin · 6mesi

Design
55 Pin · 6mesi

Bagni di Design
50 Pin · 3 aa

Progetti
1,1mila Pin · 3 aa

Idee per gli Ingressi
7 Pin · 4 aa

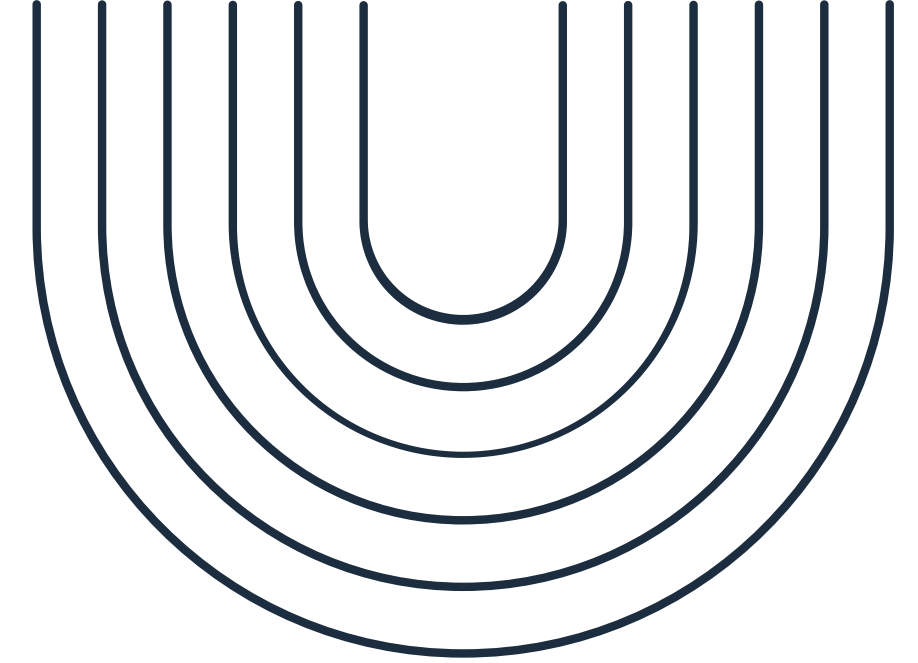
Torniamo indietro e guardiamo le slide come ultimo esercizio.

Quali sentimenti suscitano le grafiche di questi diversi professionisti?

Cosa vi è balzato subito all'occhio che vi piace o non vorreste mai riprodurre sui vostri canali?

Non siamo qui per giudicare, ma per analizzare e prendere ispirazione.

LE PROSSIME LEZIONI



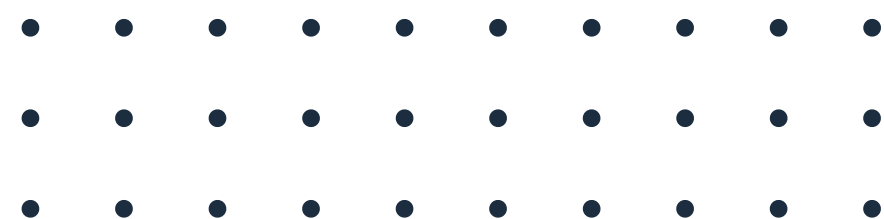
COME TROVARE GLI ARGOMENTI DA
SVILUPPARE SUI SOCIAL

02.

ORGANIZZARE LE PUBBLICAZIONI

03.

LA PUBBLICITÀ SU META E LINKEDIN



GRAZIE

Ci sono domande?

info@federicapaviola.it
www.federicapaviola.it

 [federica.paviola](https://www.instagram.com/federica.paviola)