

PROMUOVITI CON I SOCIAL

SOCIAL MEDIA MARKETING



BY EMANUELE PALUZZI

INDICE

Intro	03
I Social nel Mondo	04
Lavorare con i Social	06
FAQ più Frequenti	09
Efficacia dei Social	11
I Vantaggi dei Social	13
I Social più Utilizzati	14
Social Media ROI	15
I Social per i Marketers	16
Social che i Marketers Studiano	17
Tipi di Contenuti sui Social	18
I Contenuti del Futuro	20
Conclusione	21
Note	24

01

Intro

Il mio scopo è fornire un'analisi dell'ecosistema dei social network sia dal punto di vista degli utilizzatori, che quello dei professionisti del settore, mettendo in luce le divergenze e le affinità che entrambe le parti mostrano nell'approccio verso il mondo dei social network.

Spero che questo PDF ti piaccia, e se vuoi scrivimi per un tuo parere!

02

I Social nel Mondo

Il numero di persone connesse ad Internet ha superato i 4 miliardi, ovvero più della metà della popolazione mondiale è in rete.

Senza considerare il fatto che più del 75% della popolazione mondiale possiede un telefono e più del 50% di questi telefoni sono smartphone.

Il numero degli utenti cresce di pari passo così come il numero di persone che utilizzano i Social Media:

più di 3 miliardi sono infatti gli utenti attivi ad oggi nel mondo, un dato che registra un incremento del 13% rispetto alla rilevazione dell'anno precedente.

Nella classifica delle piattaforme social più utilizzate, rimane in vetta alla classifica **Facebook** che non solo mantiene il podio ma gode anche di una crescita pari al 15%

da un anno all'altro, raggiungendo nel 2018 circa 2.1 miliardi di utenti.

Al secondo posto abbiamo un altro colosso del web **YouTube** con ben 1.5 miliardi di

utenti attivi. **WhatsApp** e **Facebook Messenger** sono naturalmente le app di messaggistica

più diffuse, e che nell'ultimo anno hanno registrato un tasso di crescita doppio

rispetto a FB (+30%).

03

Lavorare con i social

Con l'obiettivo di capire come utilizzare social media per crescere e promuovere la tua attività sono emersi alcuni dati molto interessanti, soprattutto se confrontati con quelli relativi alla fruizione delle piattaforme social da parte degli utenti.

Tra i dati più significativi ho notato che solo il 49% dei marketer ritiene che l'attività di marketing su Facebook sia davvero efficace, mentre il 52% degli intervistati ha dichiarato di aver visto una diminuzione della reach di Facebook in organico.

Tuttavia, ben il 62% prevede di aumentare le proprie attività in organico nell'arco del prossimo anno.

Oggi ci si concentra maggiormente sulle performance, sugli obiettivi e le conversioni. Per la prima volta, la Lead Generation è infatti diventato

l'obiettivo più importante rispetto alla crescita della fanbase.

L'attenzione è focalizzata sui risultati derivati dalle attività di Social Media Marketing, visto che sono gli stessi clienti a chiedere risultati tangibili.

Facebook è la piattaforma social più diffusa, sia tra gli utenti che tra i marketer: il 94% dei social media marketer lo utilizza per le strategie di comunicazione e marketing, seguito da Instagram con 66%.

Ben due marketer su tre sostengono che Facebook sia la loro piattaforma social più importante.

Stesso discorso per la parte relativa alla pubblicità, in cui le inserzioni su Facebook regnano sovrani: sono sempre più i professionisti che scelgono Facebook come piattaforma principale per l'advertising, il canale è infatti utilizzato dal 72% dei marketer, seguito dal 31% su Instagram.

04

FAQ più Frequenti

Nel marketing non esistono certezze, o regole da seguire come una ricetta per ottenere risultati positivi.

Ogni caso è diverso, ogni prodotto o servizio non può essere comunicato o pubblicizzato alla stessa maniera e con gli stessi strumenti.

Vediamo alcune domande:

- Quali sono le tattiche social più efficaci?
- Quali sono i metodi migliori per coinvolgere il mio pubblico con i social?

- Quali sono i metodi migliori per sfruttare le sponsorizzazioni sui social?
- Come posso misurare il ROI?
- Qual è lo strumento migliore per gestire i social?
- Come posso creare una strategia social?
- Come posso trovare il mio target audience usando i social?

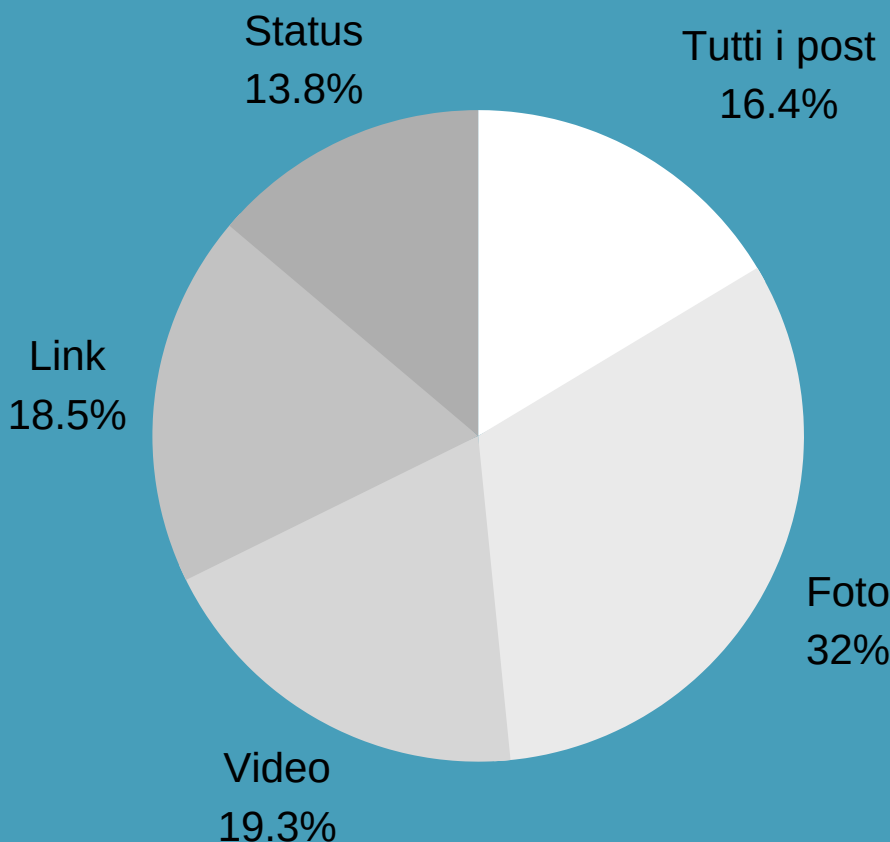


05

Efficacia dei Social

Quanto è efficace l'attività di Social Media Marketing senza un investimento in advertising?

Tasso Engagement Post di Facebook



A ogni nuovo rilascio di aggiornamento dell'algoritmo di Facebook, i post in organico delle Fan Page raggiungeranno sempre meno persone, costringendo così ad allocare un budget sempre più cospicuo per le sponsorizzazioni, non solo per raggiungere nuovi utenti ma anche per mostrarsi alla propria fan base.



06

I Vantaggi dei Social

Quali sono i vantaggi delle attività di Social Media Marketing e quali benefici portano al tuo business?

Il migliore risultato ottenuto dalle attività di Social Media Marketing è l'aumento della visibilità e la maggiore esposizione delle attività implementate.

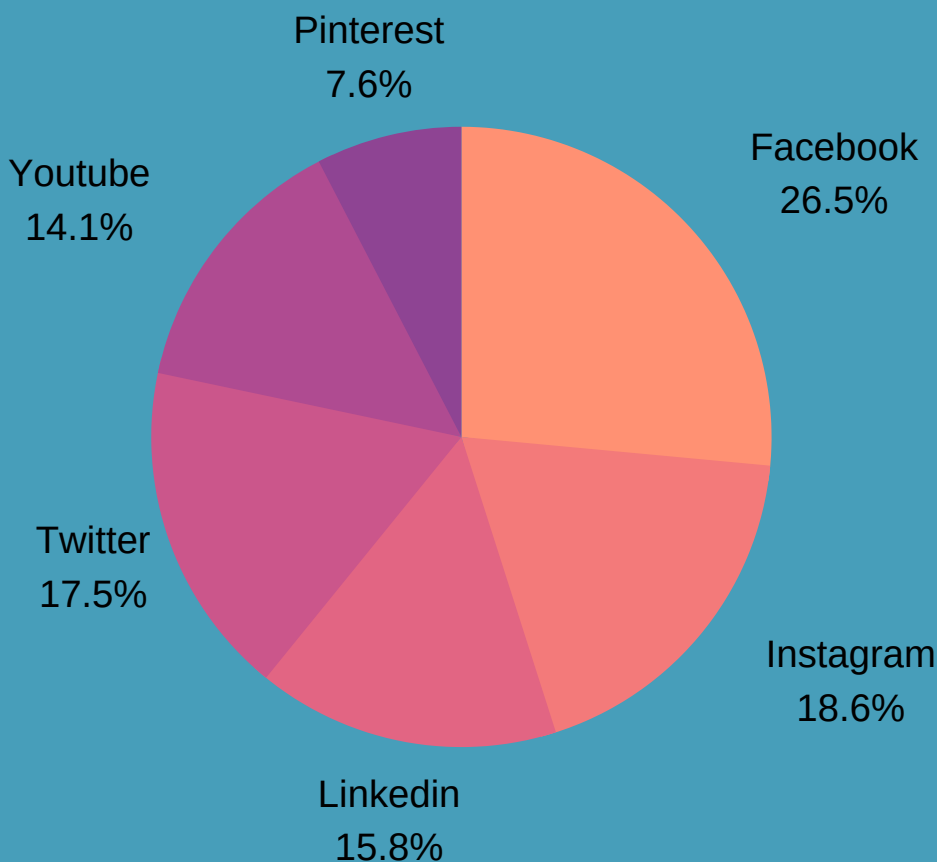
In seconda posizione abbiamo un aumento del traffico al sito, seguito dall'acquisizione di nuovi lead, e dalla fidelizzazione dei clienti.

07

I Social più Utilizzati

Quali sono le piattaforme social più utilizzate?

Al primo posto troviamo **Facebook**, con un netto vantaggio rispetto agli altri, a seguire **Instagram**, e **Twitter**.



08

Social Media ROI

La questione del ROI (Return on Investment) è da sempre un aspetto molto dibattuto

nel Social Media Marketing. Non sempre è possibile calcolare in maniera inconfutabile il ritorno diretto di un'unica azione online. Quando si parla di Social Media Marketing

si fa riferimento ad attività integrate di comunicazione e marketing, che in sinergia riescono a raggiungere l'obiettivo.

È quindi un lavoro di squadra e più raramente il risultato di un singolo giocatore.

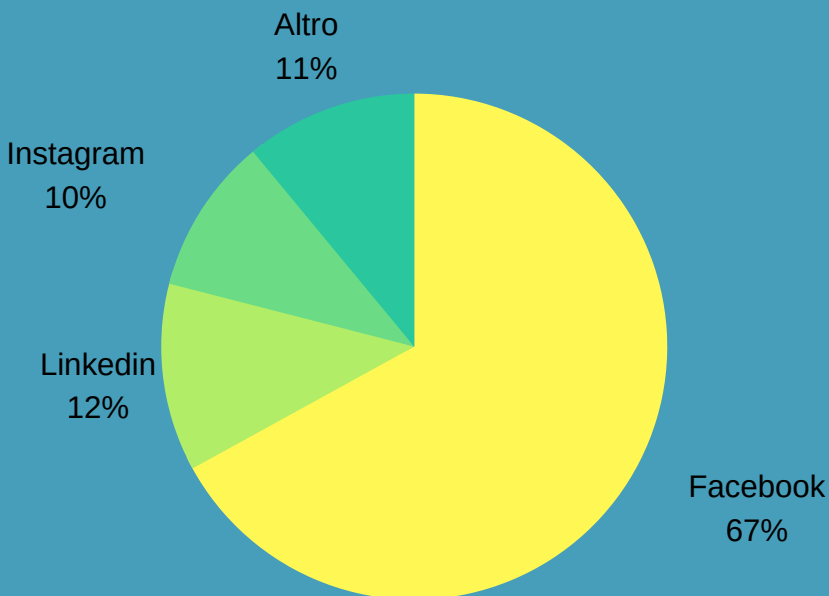
09

I Social per i Marketers

Se i marketer potessero scegliere solo una piattaforma social per le loro attività di

Digital Marketing, quale sceglierebbero?

Ancora una volta la scelta ricade su **Facebook** 67%, seguito da **LinkedIn** 12% e **Instagram** 10%.



10

Social che i Marketers Studiano

La maggioranza ha risposto **Facebook** (79%), seguito con una lieve differenza da **Instagram** (74%), i **Bot di Messenger** (70%) e **YouTube** (64%).

È interessante osservare le differenze tra chi lavora nel B2C, focalizzato su

Instagram

(79% contro il 64% dei marketer B2B), **Facebook** (82% contro il 72% dei B2B) e **Pinterest**

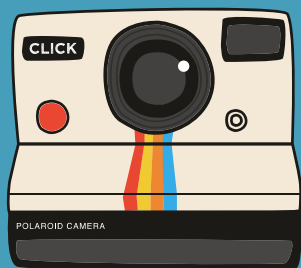
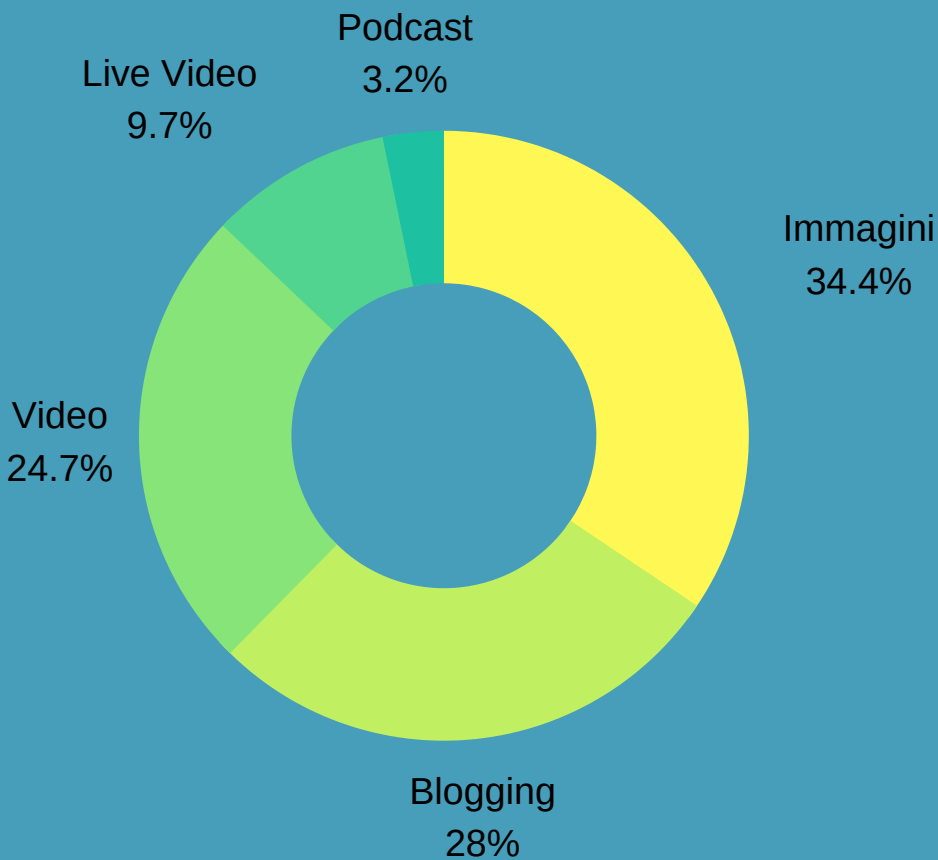
(42% contro il 34% dei B2B), rispetto alla controparte che opera nel B2B. In questo caso i marketer B2B sono maggiormente interessati a **LinkedIn** (70% B2B contro il 51% B2C).

11

Tipi di Contenuti sui Social

I tipi di contenuti più efficaci per le attività di social media marketing.

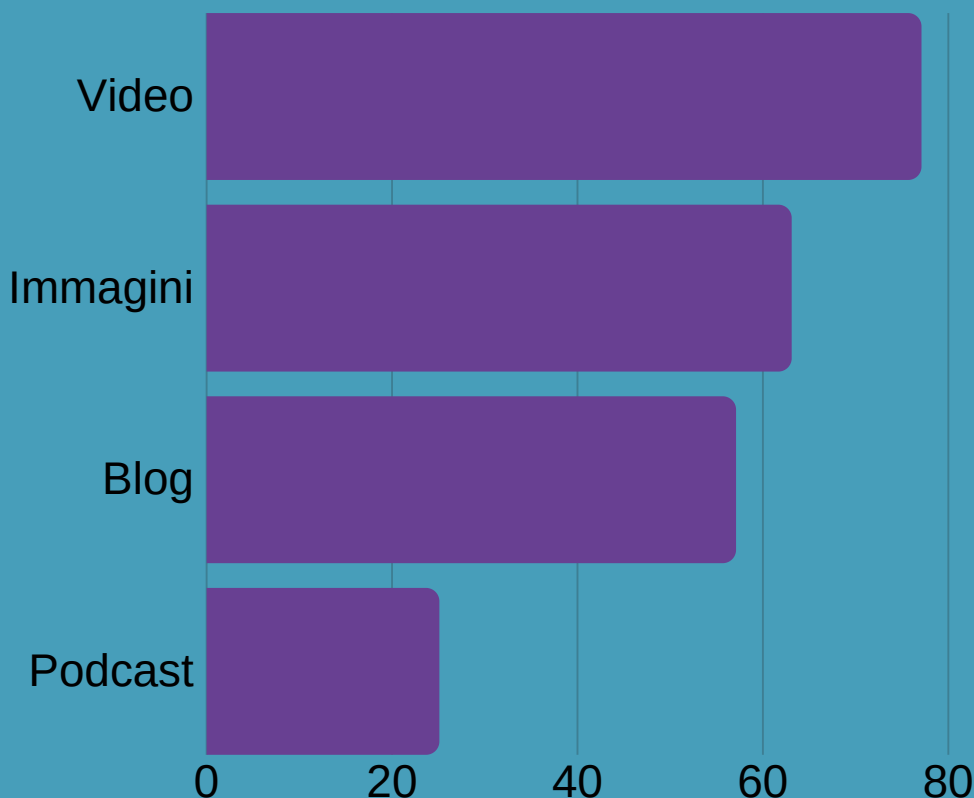
Una larga percentuale di esperti usa le **immagini** (34%), seguite dai **video** (24%), che superano i **post sul blog** (28%) rispetto ai risultati dello scorso anno. Cresce l'utilizzo dei **video live** (9%), mentre una piccola percentuale usa anche i **podcast** (3%).



12

I Contenuti del Futuro

I **video** sono il tipo di contenuto che ha maggiori interazione (77%), seguiti dalle **immagini** (63%), dai **post sul blog** (57%) e dai **podcast** (25%).



13

Conclusione

Se confrontiamo i dati di utilizzo delle piattaforme social, noteremo che privilegiamo **Facebook Instagram, Twitter** e in minima parte **YouTube**, mentre gli utenti sono attivi principalmente su **Facebook** e **YouTube**, seguiti da **Instagram** e solo da una piccola percentuale su **Twitter**.

Finora le attività di video marketing non sono state una priorità per i marketer, ma visto l'interesse crescente da parte degli utenti, nei prossimi mesi i professionisti hanno intenzione di testare questo strumento.

Quando si pianifica una strategia di Social Media Marketing, è **importante stabilire obiettivi e target delle nostre campagne**, solo dopo aver definito questi punti, possiamo scegliere i canali social da presidiare.

La visibilità dei post pubblicati dalle pagine negli anni è progressivamente diminuita, sia a causa dell'elevata competizione che degli aggiornamenti dell'algoritmo di Facebook. Lungi dal preoccuparci, questi dati devono **spronarci a migliorare le nostre strategie di Content Marketing**, creando contenuti utili e rilevanti per il nostro target. **Contenuti che naturalmente vanno sponsorizzati.**

Ormai è impensabile fare marketing su Facebook senza includere un investimento pubblicitario che ci permetta di dare visibilità ai nostri contenuti.

Grazie alle Facebook Ads possiamo raggiungere il nostro pubblico in modo mirato, aumentando la nostra visibilità, migliorando il coinvolgimento dei nostri fan e ottenendo nuovi lead (e clienti).

In questo modo possiamo quantificare i risultati delle nostre attività di Social Media Marketing, ottenendo risultati che vadano al di là dei like e delle condivisioni.

Il mondo del Social Media Marketing è sempre più improntato sulla strategia e sui dati e sempre di meno su creatività e viralità.

In qualità di marketer, dobbiamo essere bravi a studiare il nostro settore, creando delle strategie rilevanti per il nostro pubblico, al fine di portare risultati concreti alle nostre attività.

14

Note

Rimani sempre aggiornato sul mondo del social media marketing, della programmazione e tanto altro.

Ti lascio qui il link al mio canale Telegram:

<http://bit.ly/2sLkIRY>