



Social Media Manager - LINO TORSELLO - CONSULENTE COMUNICAZIONE/MARKETING BATTIPAGLIA-SALERNO

📍 Mappa



Terra Nostra - Battipaglia vuole promuovere le attività dell'associazione e

le sue finalità sono ispirate a principi di pari opportunità tra uomini e donne e rispettose dei diritti inviolabili della persona. Contribuire allo sviluppo economico, culturale e civile dei cittadini e alla sempre più ampia diffusione della democrazia e della solidarietà nei rapporti tra gli uomini, gli operatori economici, le istituzioni. Sotto queste ipotesi nasce AgriCultura 3.0, un progetto che nasce dall'esigenza di creare comunicazione promuovendo le istanze del mondo agricolo. . . Visita il nostro sito www.agricolturepuntozero.eu e scopri di più!

📄 Descrizione

Presso ASSOCIAZIONE TERRA NOSTRA in via V.Roma 63, facciamo due chiacchiere con Lino Torsello e continuiamo la nostra chiacchierata sulla comunicazione moderna, chiedendogli qualche consiglio per districarci in un campo quello web/social, in merito alle nuove strategie adottate per rendere sempre più competitive le nostre imprese. Buonasera, da dove vogliamo iniziare questa sera? R: Da come le aziende comunicano il proprio business, parliamo di VALUTA SOCIALE la maggior parte delle aziende vuole apparire intelligente, disinvolta, ricca, alla moda, ecc. Insomma apparire interessante e vista in luce positiva agli occhi degli altri. Convidiamo quello che ci fa forti sul mercato, che ci fa trasmettere una immagine positiva. Gli argomenti di cui parliamo e che convidiamo influenzano il modo in cui gli altri ci vedono. Dunque per far parlare le persone di qualcosa dobbiamo confezionare dei messaggi che aiutino le aziende a veicolare l'immagine che di sé vogliono trasmettere. Ma in una comunicazione efficace, quali sono i punti in cui il discorso fa veramente presa? R: Gli stimoli incoraggiano il passaparola. Attività quotidiane determinano quali siano i prodotti che ci vengono in mente con maggiore probabilità rispetto ad altri e di conseguenza di quelli di cui parleremo di più. Le Reazioni emotive, i contenuti che convidiamo provocano delle emozioni. Condividere emozioni ci fa entrare in contatto con gli altri. Dunque invece che concentrarci sempre sul parlare di prodotto, cerchiamo di capire le reazioni emotive che può suscitare. I messaggi di marketing tendono a concentrarsi troppo sulle informazioni. Essere visibili agvola l'emulazione. Più i nostri prodotti e idee sono visibili più avremo la possibilità di avere successo. Rendere qualcosa più osservabile lo rende anche più facilmente imitabile. Ma non tutti gli acquisti avvengono spinti dalla sfera emozionale? Come fare in quei casi dove forte la componente tecnica di vendita essenziale in un processo di acquisto? R: Agli esseri umani piace aiutare il prossimo: se riusciamo a mostrare come il nostro prodotto, servizio e idea farà guadagnare tempo, migliorare la salute, risparmiare qualche soldo, ecc gli altri ne parleranno. Le persone amano scambiarsi informazioni pratiche e utili, notizie che gli altri possano utilizzare. Le c

ose utili sono importanti. Ma ricordiamoci sempre che gli individui raccontano storie e proprio come tutte le storie (es. il Cavallo di Troia) tutte le storie contengono una morale e una lezione. Siamo talmente abituati a raccontare storie che lo facciamo anche quando non necessario. Una storia, anche inventata, fantastica, inserita in una cornice che diventa fonte di insegnamenti e informazioni agli altri. Le narrazioni offrono la possibilità di parlare di prodotti e idee. Detto così sembra sempre tutto facile, ma? R: Facile? Neanche un po'! Sa perché oggi una delle figure più ricercata nell'ambito del marketing è il social media manager?! No ma a questo punto posso immaginarlo?! R: Un buon S.M.M., (ma anche un gruppo: oggi ci sono in giro Agenzie come quella con la quale collaboro che mettono insieme Team Specializzati in Social Media) si occupa di gestire gli account social per le imprese e, anche se non sembra, possiede molte competenze tecniche, quali: saper analizzare il mercato concorrente (Swot Analysis), dove attuare un piano strategico (Social Planning), realizzare un piano editoriale e produrre contenuti di valore (Content Marketing). Queste sono le basi per riuscire a costruire una giusta brand reputation digitale dell'azienda. Cos'è la brand reputation? R: Una reputazione positiva del brand o dell'azienda costituisce un elemento principale nelle strategie di comunicazione, perché creando un sentimento positivo le persone parleranno bene dell'azienda e la consiglieranno. Bisogna pensarla come quando noi vogliamo dare una buona impressione agli altri facendo del personal branding, ma esteso all'azienda. Per costruire una buona brand reputation bisogna: Trasmettere trasparenza; Ispirare fiducia; Coinvolgere i clienti creando contenuti di valore. Ricapitolando: Un'azienda modernamente organizzata necessita di affidarsi ad un buon Social Media Manager anzi l'unione fa la forza e solo un team strutturato potrà aiutarla a risolvere i problemi "Social" che l'affliggono? R: Sicuramente, se volete approfondire sarò ben lieto di studiare il vostro caso. Un super saluto a tutti. Ringraziamo Lino Torsello per la sua chiarezza e vi consigliamo di visitare il suo sito www.linotorsello.it - o la sua pagina Facebook www.facebook.com/lino.torsello per qualche approfondimento potete scrivere a lavoro@linotorsello.it o telefonargli al 338 5277752.

Contatti

ASSOCIAZIONE TERRA NOSTRA

Tel. 0828.030645

<http://www.terranostra.eu/>

V.Roma 63, Battipaglia, 84091

lun ven dalle 17 alle 20.00
