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.agricolturatrepuntozero.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. Condividiamo quello che ci fa forti sul mercato, che ci fa trasmettere una immagine positiva. Gli argomenti di cui parliamo e che condividiamo 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 condividiamo 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 agevola 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 venta 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

Powered by **SiHappy.it** © 2024

ose utili sono importanti. Ma ricordiamoci se mpre che gli individui raccontano storie e pr oprio come tutte le storie (es. il Cavallo di Tro ia) tutte le storie contengono una morale e u na lezione. Siamo talmente abituati a raccon tare storie che lo facciamo anche quando no n necessario. Una storia, anche inventata, fa ntastica, inserita in una cornice che diventa f onte 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 ric ercata nell'ambito del marketing è il social m edia 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 in sieme Team Specializzati in Social Media) si o ccupa di gestire gli account social per le impr ese e, anche se non sembra, possiede molte competenze tecniche, quali: saper analizzare il mercato concorrente (Swot Analysis), dove r attuare un piano strategico (Social Planning), realizzare un piano editoriale e produrre c ontenuti di valore (Content Marketing). Ques te sono le basi per riuscire a costruire una gi usta brand reputation digitale dell"azienda. Cos"è la brand reputation? R: Una reputazio ne positiva del brand o dell"azienda costituis ce un elemento principale nelle strategie di c omunicazione, perché creando un sentiment positivo le persone parleranno bene dell"azi enda e la consiglieranno. Bisogna pensarla c ome quando noi vogliamo dare una buona i mpressione agli altri facendo del personal br anding, ma esteso all"azienda. Per costruire una buona brand reputation bisogna: Trasm ettere trasparenza; Ispirare fiducia; Coinvolg ere i clienti creando contenuti di valore. Rica pitolando: Un azienda modernamente organ izzata necessita di affidarsi ad un buon Social Media Manager anzi l'unione fa la forza e sol o un team strutturato potrà aiutarla a risolve re i problemi "Social" . che l'affliggono? R: Sic uramente, se volete approfondire sarò ben li eti di studiare il vostro caso. Un super saluto a tutti. Ringraziamo Lino Torsello per la sua chiarezza e vi consigliamo di visitare il suo sit o www.linotorsello.it - o la sua pagina Fb ww w.facebook.com/lino.torsello per qualche ap profondimento potete scrivere a lavoro@lin otorsello.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