

Digital Sales Mastery - Modulo 3

# Crea o ottimizza il tuo profilo



# Come funziona l'algoritmo

L'algoritmo fa 4 passaggi per rispondere alla domanda:

**quali contenuti hanno maggiori probabilità di suscitare l'interesse di questo specifico utente?**

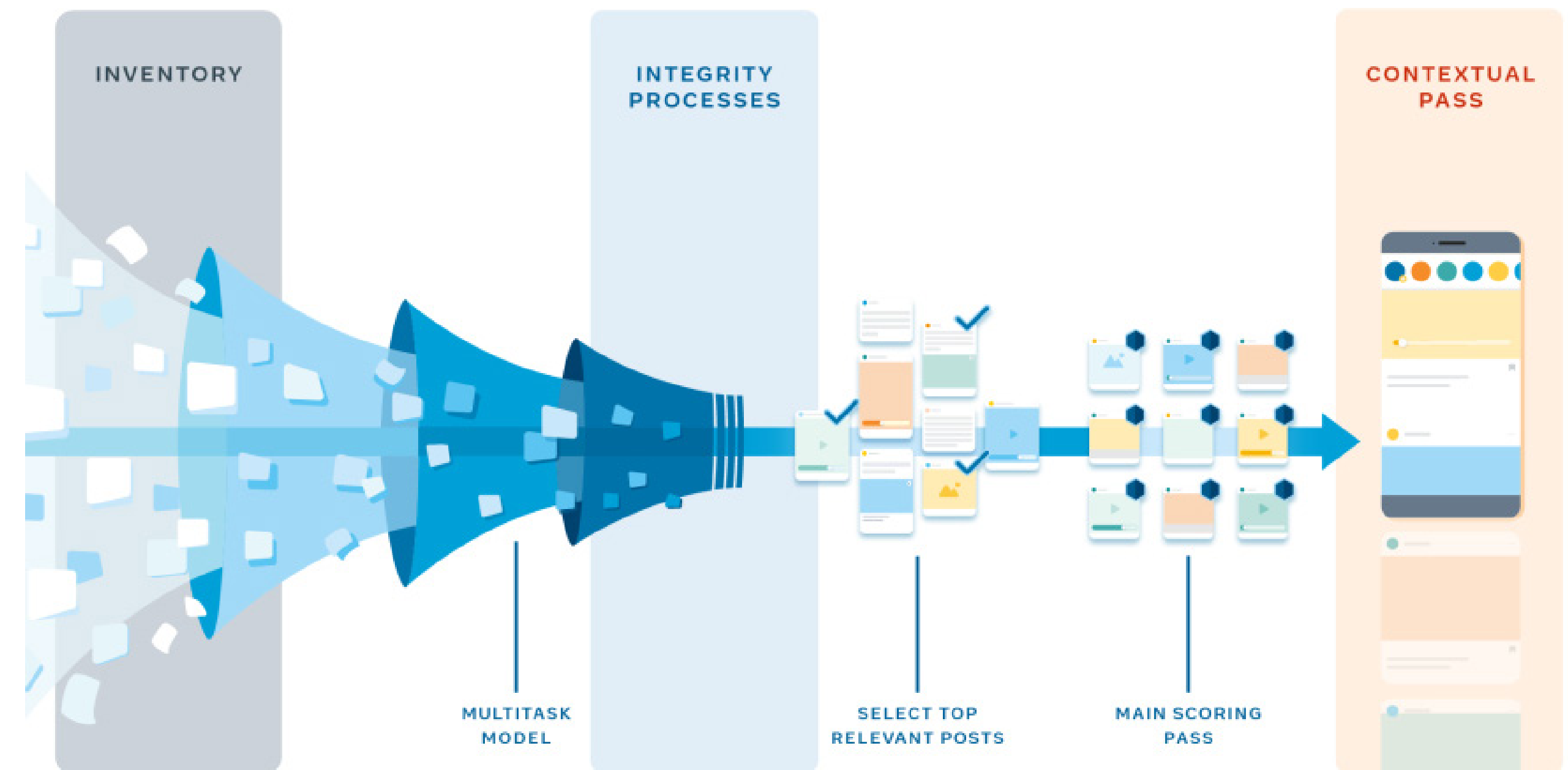
**Inventario:** recuperare tutti i post pubblicati dalle pagine che segue.

**Segnali:** la lista dei contenuti viene passata al setaccio per individuare dei segnali di interesse (chi ha pubblicato la notizia, quando è stata pubblicata...)

**Previsioni:** i segnali sono utilizzati per prevedere la probabilità che l'utente interagisca: clic, lettura, like, commento o condivisione, possibilità che si tratti di un contenuto clickbait, probabilità che il post rimandi a una pagina di bassa qualità (che l'utente chiude immediatamente).

**Punteggio:** tutte queste probabilità contribuiscono a generare un punteggio che viene dato ad ogni contenuto. Quelli che ottengono il punteggio più alto vengono distribuiti nel suo feed.

**+ contenuti di qualità + il punteggio si alza**





## Come funziona l'algoritmo

**Distribuzione connessa:** i post che pubblici vengono distribuiti a coloro che già ti seguono.

**Distribuzione non connessa:** i post che pubblici sono visti da chi non ti segue, ma potrebbe essere interessato ai tuoi contenuti (secondo le inferenze dell'algoritmo).

Dopo il successo di TikTok, è stato deciso di dare sempre più peso alla "distribuzione non connessa".

*Luglio 2021, Mark Zuckerberg:  
"Oggi circa il 15% dei contenuti  
del feed di una persona è frutto  
delle raccomandazioni del nostro sistema  
di intelligenza artificiale, selezionati  
da persone, gruppi e account di chi  
non si segue. Questa percentuale sarà  
più del doppio alla fine di quest'anno".*



# Come si cresce

**Contenuti di qualità**



**Distribuzione non connessa**



**Campagne pubblicitarie**

# Ottimizza il profilo: Bio e Stories in evidenza

Deve essere chiaro:

- **chi sei**
- **cosa vendi e come**
- **a chi ti rivolgi**
- **qual è la tua trasformazione**

## Bio

Deve comunicare chi siamo e in cosa possiamo essere utile all'utente. Deve contenere massimo 150 caratteri.

## Prova tu

**SONO [X] E AIUTO [Y] A CREARE/REALIZZARE [I RISULTATI Z]**

Insegno agli small business a monetizzare attraverso Instagram

Ti aiuto ad organizzare meglio la tua casa

Rendo il tuo compleanno più dolce tramite le mie torte

Trasforma la tua frase in un elenco puntato che renda più scorrevole la lettura e soprattutto sia più accattivante con le emoji.



# Esempi

ellennead



143 post  
2,570 follower  
279 seguiti

Elena | Social Strategist

Ti mostro come gestire Instagram e Facebook per far crescere il tuo business

🔥 Vuoi dare una svolta al tuo profilo social?

Prenota una consulenza 📧

[www.ellennead.com](http://www.ellennead.com)



macelleriamoletorino

Segui

Messaggio



Post: 34 118 follower 200 profili seguiti

Macelleria La Mole Torino

Ogni giorno selezioniamo per voi i migliori tagli di carne di razza piemontese.

📍 Prodotti bio e locali

🐄 Allevatori selezionati

Passa a trovarci 📍

caffebistrotventi21

Se



Post: 71 338 follower

Caffè Bistrot Venti21

☀️ colazione

🍽️ pranzo

🍷 aperitivo

dal lunedì al giovedì 6:30 - 19:30

venerdì e sabato 6:30 - 22:30

domenica chiuso

☎️ 348 4785268



torrefazioneilcaffe

Segui già ▾

Messaggio



Post: 42 143 follower 24 profili seguiti

Torrefazione Il Caffè

Dal 1994 portiamo il caffè di alta qualità nei migliori bar e a casa tua 📍

-10% sul tuo primo acquisto online con il codice sconto: LACAPSULA10

[www.ilcaffesrl.com/shop](http://www.ilcaffesrl.com/shop)

senza\_glutine\_

Segui già ▾

Messaggio

Post: 166 673 follower 155 profili seguiti

Dolcesalato Senza Glutine

Ogni giorno sforniamo delizie gluten free

🍰 torte

🥧 pasticceria fresca e secca

🥞 salatini e pizzette

☎️ Ordina al numero 011 7681310



alessiobidese\_trainer

Segui

Messaggio



Post: 82 1.077 follower 90 profili seguiti

Alessio Bidese | PT - Massoterapista

Istruttore di fitness e sport

🏋️ Vuoi incrementare la tua MASSA MUSCOLARE? Sei nel posto giusto 📍

🧑‍🎓 Massoterapista & Coach

Parti da qui 📍

[linktr.ee/alessiobidese\\_massotrainer](https://linktr.ee/alessiobidese_massotrainer)





## Storie in evidenza

Una buona regola è quella di utilizzare le stories in evidenza per inserire info importanti in posizione subito visibile e consultabile dalle persone che arrivano sul nostro profilo. Questi contenuti dovrebbero essere:

### “Chi sono”

racconta qualcosa di te dal punto di vista professionale e sul percorso di studi. Aggiungi anche qualcosa riguardante interessi e hobby: meglio fare affari con le persone invece che le aziende giusto? Questo discorso vale se sei un libero professionista o un creativo.

### “Cosa faccio”

quali servizi offri, quanto costano e come fare a usufruirvi (recarsi nel tuo studio, acquistare dal tuo sito, prenotare un appuntamento per telefono...)

### “Cosa dicono di me”

condividete recensioni e commenti positivi contribuirà a creare attorno al tuo brand una percezione di fiducia e affidabilità.

Le persone che non ti conoscono tendono a fidarsi delle recensioni.

## Prova tu!

ellennead



143  
post

2,570  
follower

279  
seguiti

Elena | Social Strategist

Ti mostra come gestire Instagram e Facebook per far  
il tuo business

fare una svolta al tuo profilo social?

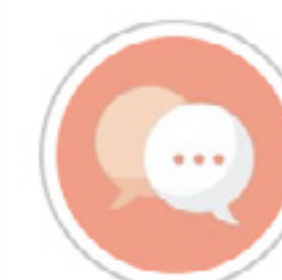
Prenota una consulenza 📍

[www.ellennead.com](http://www.ellennead.com)

dai un'occhiata  
alle mie!



Chi sono



Consulenze



Gestione so...



Clienti&Rec...



Mic



5 LIBRI  
PER CHI VUOLE

NATALE  
5 IDEE PER



# Formati di Instagram e Facebook

## Stories

Usa le Instagram Stories per condividere foto e video che rimarranno disponibili per 24 ore. Quando usi Instagram Stories per la tua azienda, puoi catturare l'attenzione delle persone con il formato verticale a schermo intero, mostrare **il lato genuino** della tua attività, raccontare la storia della tua azienda in maniera creativa.

Le stories sono un ottimo strumento **per creare un rapporto di fiducia con le persone che ci seguono.**

Utilizza pulsanti interattivi (sondaggi, quiz, domande...) per coinvolgere la tua community.

La maggior parte delle persone guarda le storie senza audio. Aggiungi i sottotitoli alle storie parlate.

## Reels

Lo scopo dei Reel è quello di **intrattenere** e farti stare più a lungo possibile sulla piattaforma. Quindi cerca di trattare gli argomenti nel modo più divertente possibile.

## Post a immagine singola

Ideali se sei in possesso di immagini di grande impatto e per dare informazioni veloci.



# Formati di Instagram

## Post a carosello

Perfetti se devi dare **tante informazioni o spiegare un concetto complesso** che le persone possono salvarsi e rileggere in un secondo momento

## Dirette

Sono utilizzate **per conversare con la tua community** magari in occasione di eventi speciali come il lancio di un'offerta. Trasmettono autenticità e credibilità perché poi instaurare un dialogo e interagire live con le persone che ti seguono.

Utilizzate anche per collaborare con profili complementari al tuo e creare situazioni dinamiche come interviste oppure confrontandosi a più voci su uno stesso argomento.

Importante è che le **dirette siano brevi**: massimo mezz'ora!

Ricordati di **coinvolgere** le persone che stanno guardando la diretta con domande e saluti.

# Contenuti efficaci - Cosa cercano gli utenti

## 1. Ispirare ed emozionare

Ci piace essere presi per mano e trasportati in un mondo dove possiamo emozionarci, sorridere, riflettere, credere in noi stessi e nelle nostre capacità.

Ispirare chi ci segue significa raccontare **storie** fatte di sacrifici, lotte, gioie e soprattutto sogni.

## 2. Educare e informare

In che modo possiamo far percepire il valore di un prodotto (o di un brand)?

Non diciamo di essere i migliori ma forniamo a chi legge informazioni utili, rispondiamo alle sue domande, insegniamo qualcosa.

Informare il proprio pubblico aumenta la credibilità e l'autorevolezza del brand.

## 3. Intrattenere

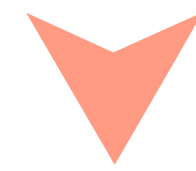
Le persone utilizzano i social per svagarsi e distrarsi dalla quotidianità.

Stupire e intrattenere con soluzioni creative e divertenti è una buona strategia.

A questi contenuti di tipo "editoriale" bisogna ovviamente affiancare i contenuti di tipo commerciale ovvero nuovi prodotti offerti, promo stagionali, sconti... che è quello proprio quello di cui trattiamo in questo corso.

# Anatomia di un contenuto efficace: testi e struttura

**Gancio**



**Corpo**



**Call to action**

Questo schema vale non solo per le didascalie dei post ma anche come struttura per contenuti complessi come i caroselli o i reel



# Anatomia di un contenuto efficace: testi e struttura

## Gancio

serve per attirare l'attenzione delle persone, farle smettere di scrollare e fermarsi sui tuoi contenuti.

Consiglio: dichiara il tema che andrai trattare in una singola frase. Un trucco è partire con una frase choc come ad esempio "non posterò più sui social" o "ho fatto un errore"

Oppure dai un'occhiata a questi schemi:

**"Come [obiettivo]"** -> Come scrivere un articolo davvero efficace

**"[N] di cose per [obiettivo/beneficio]"** -> Cinque semplici accorgimenti per scrivere un articolo davvero efficace

**"[Problema?] [Soluzione]"** -> Vuoi scrivere un articolo davvero efficace? Ecco come farlo in tre semplici step

**"[Notizia scioccante]"** -> Scrivere un articolo davvero efficace è impossibile: ecco perché

**"Istillare un [dubbio]"** -> Sei proprio sicuro che i tuoi articoli siano davvero efficaci?

## Corpo

è dove sviluppi il contenuto e spieghi meglio quello che intendevi nel gancio. La difficoltà sta nel fatto che bisogna dare sostanza a quello che hai dichiarato, ovvero il contenuto non deve essere solo un annuncio altisonante ma deve effettivamente contenere valore, essere utile a chi sta leggendo.

## Call to action

in cambio del valore che hai offerto nel tuo contenuto puoi chiedere alle persone di compiere un'azione che può essere mettere like, commentare oppure qualcosa di più impegnativo come acquistare.

# Anatomia di un contenuto efficace: immagini e video

Stimola like e commenti con immagini e video di grande impatto. Ecco qualche dritta.

Crea un'**immagine coordinata** per il tuo brand ovvero un logo, un font e una palette di 3 o 4 colori massimo. Cerca di utilizzare questi elementi in tutta la tua comunicazione, per renderti riconoscibile e darti un tono professionale.

Non postare immagini di bassa qualità, sfocate o sgranate. Puoi realizzarle da te, farti aiutare da un professionista o acquistarle da banche immagini.

## 3 siti da cui puoi scaricare immagini gratis da usare sui social

**Pixabay.** foto di alta qualità su vari temi.

**Unsplash.** immagini di artisti e fotografi di tutto il mondo.

**Pexels.** immagini e video di alta qualità e in formato verticale e orizzontale

ATTENZIONE però all'utilizzo che si fa di queste immagini. Se per uso personale, le foto possono essere scaricate e utilizzate liberamente. Se il tuo utilizzo è COMMERCIALE, ovvero vuoi usarle per vendere qualcosa, devi invece acquistarle.

Tutti e 3 i siti hanno infatti una versione a pagamento.

**Sito da cui puoi scaricare font gratis:** [fonts.google.com](https://fonts.google.com)

Per comporre le tue grafiche puoi utilizzare Canva, uno strumento semplice e gratuito.

# Perché dovresti avere un calendario editoriale e come puoi crearne uno da zero

Una volta che hai ottimizzato il tuo profilo, e resa chiara la ragione la tua presenza sui social, devi popolarlo di contenuti che ti aiutano a fare due cose:

- farti conoscere e **percepire come punto di riferimento** per il tuo settore dalle persone che arrivano sul tuo profilo
- **“rimanere nella testa”** delle persone che vedranno i tuoi contenuti in modo continuativo e quindi terranno in considerazione i tuoi prodotti nelle loro decisioni di acquisto

Il calendario editoriale ti permette di:

- preparare in anticipo i contenuti, creandoli non sulla base di idee estemporanee, ma secondo un piano preciso, coerente con i tuoi obiettivi;
- raggruppare operazioni simili e ripetitive e svolgerle in blocco, risparmiando tempo;
- non perderti appuntamenti importanti, ma pianificare in anticipo azioni di comunicazione ad hoc per periodi “caldi” (es. Black Friday o Natale)
- bilanciare diverse rubriche e argomenti, evitando di pubblicare sempre lo stesso tipo di post e annoiare le persone che ti seguono.



# Crea un calendario editoriale da zero

A nulla serve creare ottimi contenuti se non si è costanti.

Ci sono tantissimi strumenti e applicazioni per creare un proprio calendario editoriale. Due molto gettonate sono Trello e Asana. Bastano anche strumenti semplici che tutti abbiamo come un semplice foglio di carta e una penna o un foglio Excel.

Ecco come fare:

Su un foglio excel individuiamo una serie di colonne:

- la prima e la seconda dedicate alla data e all'orario di pubblicazione
- la terza al tipo di contenuto (post a immagine singola, carosello, reel, storia)
- la quarta al titolo del contenuto
- nella quinta il testo del contenuto
- nella sesta metteremo l'idea creativa e il materiale multimediale che useremo per realizzarlo (foto, video, script del reel)

Ad ogni riga corrisponderà un contenuto. Si procederà riga per riga dall'alto verso il basso, in ordine cronologico.

Se gestisci più canali di comunicazione puoi aggiungere tante colonne quante sono i mezzi a tua disposizione.

Per rendere la comprensione più immediata, puoi associare un colore ad ogni medium.

## Prova a creare il tuo calendario editoriale sulla base di questo schema:

data di pubblicazione	orario di pubblicazione	tipo di contenuto	titolo del contenuto	testo del contenuto	idea creativa