

Strategie di comunicazione integrata: i Social Network

ASSOCIAZIONE IMPRENDITORI VELITERNI – CDO

Via Borgia, 4 – 00049 Velletri

Seminario del 08 Novembre 2012 – ore 20.30-21.30



STUDIOBOCCANERA.COM

Dottori Commercialisti, Revisori Contabili e Avvocati in Roma ITALIA

Sviluppo e Innovazione nella Professione

Come cambia la strategia di comunicazione del professionista e dell'impreditore nell'era dei SocialNetwork.

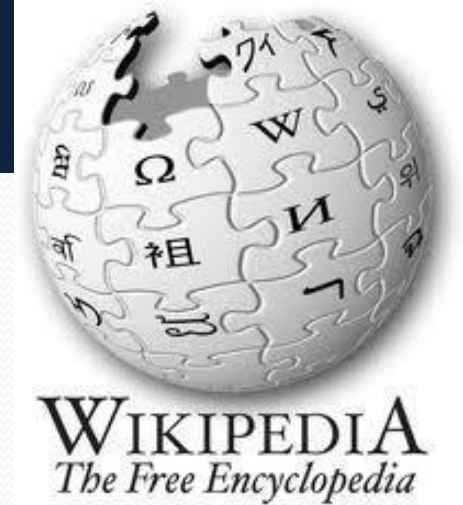
Esperienza-utente di StudioBoccanera.com

Dott. Gian Marco Boccanera

DI COSA PARLEREMO

- I Social Network
- Perché comunicare in maniera innovativa?
- La comunicazione integrata sui SocialMedia: **Twitter**
- Suggerimenti e Tecniche su Twitter
- La comunicazione integrata sui SocialMedia: **Linkedin**
- Suggerimenti e Tecniche su Linkedin: i Gruppi
- Connetti, Collabora e Condividi: e fallo sapere a tutti
- Rapporti tra colleghi: il Network professionale e d'impresa, small gift, meme, e riconoscibilità sociale
- L'Esperienza-utente di StudioBoccanera.com

I SOCIAL NETWORK



WIKIPEDIA definisce i SOCIALNETWORK

"Una **rete sociale** (in inglese *social network*) consiste di un qualsiasi gruppo di individui connessi tra loro da diversi legami sociali.

Per gli esseri umani i legami vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari.

La ricerca condotta nell'ambito di diversi approcci disciplinari ha evidenziato come le reti sociali operino a più livelli (dalle famiglie alle comunità nazionali) svolgano un ruolo cruciale nel determinare le **modalità di risoluzione di problemi** e i sistemi di gestione delle Organizzazioni nonché le possibilità dei singoli individui di raggiungere i propri obiettivi. "

I SOCIAL NETWORK

- Numero di DUNBAR "*la regola dei 150*" : sostiene che le dimensioni ottimali di una Rete Sociale in grado di creare relazioni stabili sono limitate a 150 membri effettivi.
- Densità di una Rete: nodi (individui) e archi (relazioni).
- Reti Sociali e Utilità per i singoli.
- Reti piccole e dense e Reti grandi ma con legami deboli. Queste ultime sono più adatte allo scambio di idee e opportunità e a favorire l' **INNOVAZIONE**.
- La nostra esperienza-utente con **studioboccanera.com**



Perché comunicare in maniera innovativa?

LA TRADIZIONE:

- ❑ Passaparola e presentazione diretta tradizionale , associazionismo
- ❑ Biglietti da visita, carta intestata, brochure aziendale, sito web vetrina
- ❑ La targa dello Studio, l'insegna dell'Azienda, pubblicità cartacea e cartellonistica
- ❑ Scrivere su riviste e quotidiani professionali, pubblicare monografie e libri
- ❑ Pubblicità su riviste e quotidiani, redazionali a pagamento, volantini
- ❑ Relazioni a convegni, seminari, workshop ed eventi professionali ed aziendali
- ❑ Interviste radiofoniche e televisive , schede fedeltà a punti e Concorsi a premio
- ❑ Fiere ed Eventi sponsorizzati , gadgettistica pubblicitaria
- ❑ Pubblicità Radiofonica e Televisiva

Perché comunicare in maniera innovativa?

INNOVAZIONE CON I SOCIALNETWORK

- ❑ Fai lavorare per Te il tuo Branding e i tuoi messaggi 24/7 e 365 giorni l'anno
- ❑ Crea la tua Platea di riferimento e falla crescere, sono i tuoi potenziali clienti!
- ❑ Veicola esperienze-utente positive e agevola il tuo Social Appeal
- ❑ Usa diversi SocialNetwork in combinazione INTEGRATA TRA LORO
- ❑ Metti Twitter al centro della tua strategia di comunicazione!
- ❑ Veicola piccole emozioni non solo prodotti o servizi (audio, video, text)
- ❑ La teoria del regalo e del dono sulla rete (small gift)
- ❑ La tua riconoscibilità sociale: Fai qualcosa di cui andare orgoglioso!
- ❑ Velocità di reazione e presidio della rete: Tecniche e Prassi
- ❑ Aggiungi Valore alla Collettività ... non chiedere solamente!

QUALI SCEGLIERE? CON QUALI STRUMENTI?

Nel vastissimo panorama oggi disponibile, ecco secondo noi quali sono i SocialNetwork più adatti a veicolare l'immagine dell'azienda e del professionista:

- **SocialNetwork Generali: TWITTER-FACEBOOK-LINKEDIN-FOURSQUARE**



- **Social Network Video: YOUTUBE, VIMEO**



- **Social Network Audio: AUDIOBOO, SOUNDCLOUD**



- **Social Network Immagini: PINTEREST, INSTAGRAM, FLICKR**



Instagram



Social Network come chiave strategica di comunicazione innovativa e integrata

Twitter

LinkedIn

twitter 

Linked 

Ecco come usare il SocialMedia più strategico: TWITTER





Suggerimenti di Prassi

- ✓ Sii **TwitterCentrico!** : poni Twitter al centro della tua costellazione SocialNetwork
- ✓ Veicola *tweet* di qualità e non solo meramente promozionali, aggiungi valore
- ✓ Usa lo *shorten* per aggiungere link al tuo sito , al tuo blog o ad altri tuoi social
- ✓ Scegli la strategia di *multiaccount* per settori o per servizi o per paradigmi e temi
- ✓ Programma i tuoi Tweet e usa gli *RSS* per alimentare il flusso di comunicazione
- ✓ Utilizza small gift, sii “fair” nelle risposte, e dona il meglio di te!
- ✓ Promuovi attraverso Twitter i tuoi video e audio di qualità, meglio se brevi
- ✓ Uso calibrato dei DM (Direct Message) anche in programmazione
- ✓ Il tempo è poco devi essere subito convincente in breve!
- ✓ Metti il turbo a YouTube, Vimeo, AudioBoo, HeyTell, Linkedin, Pinterest
- ✓ Usa a piene mani le applicazioni Twitter, soprattutto da Mobile

Ecco come usare il SocialMedia più professionale: LINKEDIN

Linked



*Nato nel 2003 nel 2011 ha
raggiunto i 100 milioni di membri*



100 Million PROFESSIONALS

Stack of
100 million
business
cards
~ 98,425 ft

HOW MANY IS 100 MILLION MEMBERS?



WORLDWIDE PROFESSIONAL NETWORK



FASTEST-GROWING COUNTRIES*



* 2010 year-over-year growth rates for countries above a threshold of members

60M

Se sei un professionista faccelo sapere!

- LinkedIn raggiunge 175 milioni di utenti in oltre 200 Paesi (dati agosto 2012)
- connessioni o collegamenti professionali (primo, secondo, terzo livello).
Regole generali, aggiornamenti e Messaggi
- il profilo (posizioni lavorative e formazione, il cv disponibile e completo 24 ore su 24). Importanza di un profilo completo. Infografica con Vizualize.me
- State attenti! i cacciatori di teste sono su LinkedIn (keyword nel profilo)
- segnalazioni (referenze sulle nostre abilità, capacità, conferiscono maggiore credibilità)
- Presentazioni e InMail (servizio premium)

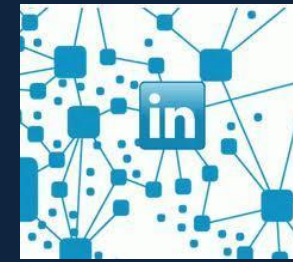


Come ottenere il massimo da LinkedIn

- Maggiore visibilità alle nostre esperienze, capacità e competenze
- Buona reputazione
- Trovare persone e aziende, la pagina aziendale
- Farsi "presentare" e farsi "segnalare"
- Far conoscere eventi e far partecipare la gente
- Mantenere interesse intorno a un tema o argomento (Gruppi, discussioni e aggiornamenti) utilizza il tasto condividi su Twitter e rilancia il meme.



LinKedIn: i Gruppi



- Cosa sono i Gruppi di LinkedIn
- Gruppi Chiusi e Aperti (discussioni indicizzate e share)
- Elementi chiave (Discussioni, Commenti, Promozioni, e offerte di Lavoro)
- Gestione: il Gruppo è una *community* e le Regole le stabilisci tu, la moderazione pure!
- Sottogruppi: a che servono
- Annunci di Discussione via Email e inviti ad aderire
- Circolazione dei memi sull'intera Rete Internet.
- La nostra esperienza (5 Gruppi)





Gruppi di discussione

- ❖ Conciliazione e Creatività: Professionisti **NEGOZIATORI** di parte
- ❖ **INCUBATORE STRATEGICO**: Idee e Progetti per il Sistema-Paese
- ❖ **PAXLAB**: Laboratorio creativo sulla Conciliazione
- ❖ **PROFESSIONISTI** nella **MEDIAZIONE** civile e commerciale
- ❖ **YOUSTITIA**: Cittadini e compartecipazione alle Regole

Rapporti tra Colleghi: passaggio dalla Competizione alla Collaborazione

- ✓ Interessi professionali e interessi collettivi: separare o condividere?
- ✓ Lo Sharing (documentale, di esperienze, di opportunità, di riconoscimento)
- ✓ Il capitale intellettuale collaborativo come vantaggio competitivo del Sistema-Paese ITALIA e la **CREATIVITA'** come veicolo di sviluppo economico.

**IL VALORE DI UN UOMO DOVREBBE ESSERE MISURATO
IN BASE A QUANTO E' IN GRADO DI DARE,
E NON IN BASE A QUANTO E' IN GRADO DI RICEVERE.
(Albert Einstein)**

CAMBIANO I PARADIGMI DI LAVORO E DI VITA



- Dalla competizione alla condivisione e poi collaborazione.
- Il fenomeno **WIKI** (community, sharing, forum e conoscenze di nicchia).
- Le risorse naturali finibili e la crescita economica infinita.
- Ripensamento e circolazione delle idee nuove per nuovi concetti di sostenibilità.
- La velocità di circolazione di idee e valori nuovi aumenta grazie a internet, come Rete neuronale Planetaria. La Pandemia .
- Pierre Teilhard De Chardin e il **MEME** che circola grazie a internet.
- La **Consilienza** del SAPERE Tecnico e la sua finalizzazione.
- La "NOOSFERA" e la dimensione del PENSIERO (logos).
- **DIGITALE** come strumento di democrazia e di partecipazione.
- **SOCIALNETWORK** come paradigma di nuovi valori collettivi e meccanismi di premialità e biasimo sociale in cui riconoscersi e farsi riconoscere.

GRAZIE PER LA VOSTRA
ATTENZIONE!

www.studiodioboccanera.com

IMPARARE E' UN'ESPERIENZA,
TUTTO IL RESTO E' SOLO INFORMAZIONE.
(Albert Einstein)