

I PRIMI 10 PASSI

PER I SOCIAL DELLA
TUA ATTIVITÀ

*Michela Digital
Creation*



@tutti i diritti riservati

CHE PIACERE!

Se hai scaricato questa guida gratuita significa che hai compreso l'importanza dei **social** della tua **attività**, quindi ti faccio le mie congratulazioni! Ricorda che i grandi cambiamenti partono sempre dai piccoli passi, e questi sono i tuoi primi 10 verso la tua crescita digitale. Sono onorata di esserti accanto in questo primo scalino!



Michela



I SOCIAL OGGI

Prima di cominciare ci tengo a dirti questo: capisco che tu abbia la tua attività, e che per questo motivo hai poco tempo da dedicare ai social e poche energie da sprecare. Voglio però darti un nuovo punto di vista a tal proposito: se anziché vederla come una cosa obbligatoria e forzata, la vedessi come una preziosa **aggiunta** di **valore** alla tua attività, allora forse le cose sarebbero un po' meno pesanti.

Oggi essere sui social significa nient'altro che dare valore alla tua reale attività, darle il posto che merita! Non hai bisogno di tanti followers, non hai bisogno di spendere in sponsorizzate...hai solo bisogno che la tua immagine digitale (quella a cui tutti ormai fanno affidamento) sia **all'altezza** della tua attività, per rendere **merito** a tutti gli sforzi che hai compiuto in questi anni. Come ti prendi cura della tua vetrina, come magari hai fatto realizzare dei bei biglietti da visita, pensala allo stesso modo per le tue pagine social...ti stai dando valore prezioso, e questo lo percepiranno anche gli altri.



10 PASSI

Ora che hai capito quanto i social possano essere in realtà dei tuoi grandi **alleati**, anziché degli inutili perditempo, siamo pronti per scoprire i primi 10 passi da compiere per creare una comunicazione digitale di valore, che sappia cioè rendere merito alla tua attività. Cominciamo!





1. PROFILO CREATOR

La prima cosa da fare, se ancora non ce l'hai, è quella di avere un profilo Instagram professionale, e non privato. Questo è un account di lavoro, e non puoi pensare di tenerlo nascosto come fosse il tuo profilo personale: devono vederlo più persone possibili!

Quindi vai nelle impostazioni del tuo account cliccando dal menu a panino in alto a destra, cerca il "tipo di account" e passa da "personale" a "professionale". Infine tra aziendale e creator scegli CREATOR. Questo perché almeno avrai a disposizione tutte le canzoni che vorrai e altre modalità di lavoro altrimenti non disponibili.



2. FAI PULIZIA

Se finora hai usato questo profilo un po' per la tua vita privata e un po' per la tua attività, probabilmente questo sarà un caos incomprensibile. Un profilo professionale non può avere spazio per nipotini, cani, aperitivi in riva al mare e quant'altro! È quindi necessario che tu faccia pulizia e mantenga solo i contenuti realmente attinenti alla tua attività. Certo, un momento "fuori tema" è concesso, ma deve essere sistemato in un modo preciso e sensato, per questo ora è meglio non metterne!

Non è tutto: anche nei contenuti che cerchi, negli account con cui interagisci, nei commenti che lasci, dovresti rimanere sempre in tema con la tua attività e il tuo profilo. Per l'uso personale, per cercare i tuoi hobby, i tuoi attori preferiti e chi più ne ha più ne metta, utilizza un account personale e differente! Se non lo hai piuttosto creane uno nuovo, ma non creare confusione sull'account della tua attività, perché per l'algoritmo ne uscirebbe un pasticcio!



3. SCEGLI I TUOI COLORI

Ogni attività, ogni locale, ogni brand ha i suoi colori, quelli che lo caratterizzano e distinguono. Cosa significa? Se pensi alla Coca Cola probabilmente non penserai al colore giallo; se pensi a Chiara Ferragni non penserai al colore verde; se pensi alla Nutella non penserai al colore fucsia. Ecco lì, il potere del colore! Ogni marchio lascia dei segni ben precisi di sé, e il colore è uno dei più importanti.

Anche tu, per la tua attività, devi avere una palette di colori che rispecchi ciò che comunichi e come lo comunichi. Se hai un logo, alcuni dei colori devono essere proprio quelli, altrimenti puoi pensarli da zero. Ricorda che i colori hanno una psicologia dietro, perciò se hai un negozio di bambole in ceramica non puoi usare il nero, come se sei un falegname probabilmente non userai il rosa fluo.

Il segreto è scegliere dei colori che siano adeguati a quella che è la tua attività, ma che nel frattempo rappresentino te, la tua personalità, e il tuo modo di lavorare.

L'ideale sarebbe scegliere almeno 3 colori, di cui uno chiaro, uno scuro, e una via di mezzo. Occhio agli abbinamenti! Se pensi di non riuscire fatti dare una mano nella scelta, anche perché poi sarebbe opportuno non cambiarla più per molto molto tempo!



4. SCEGLI I FONT

Così come per le scritte, anche i font (cioè i caratteri) devono essere coerenti con ciò che hai da dire, e nel frattempo anche leggibili. Se hai un negozio di costumi horror, probabilmente non userai un corsivo romantico, mentre se hai una boutique di abiti da sposa non userai il font tipico dei film thriller. In questo caso l'ideale sarebbe scegliere almeno due font: uno più leggibile e semplice (magari stampatello) per le spiegazioni, e uno più particolare per i titoli e le frasi brevi.

Se hai un logo sarebbe importante scegliere dei font che vadano d'accordo graficamente con quest'ultimo.



5. INDIVIDUA LA NICCHIA

L'utente che finisce sul tuo profilo deve capire rapidamente se fai al caso suo o meno, per questo è necessario che tu individui la tua nicchia! Parlare a tutti significherebbe non essere ascoltato da nessuno, perciò chiediti bene a chi ti rivolgi nello specifico, e chi puoi aiutare/soddisfare nei suoi bisogni/desideri con la tua attività.

Presta bene attenzione: questa è la differenza importante tra mercato e nicchia. Il mercato è il settore a cui ti riferisci (troppo generico) mentre la nicchia è la fetta di torta che ti contraddistingue! Ad esempio, il tuo mercato potrebbe essere lo yoga, mentre la tua nicchia "esercizi di yoga per le mamme in gravidanza".

Ne comprendi l'importanza? In questo modo ti stai specializzando e stai dando valore al tuo preciso compito.





6.SII COSTANTE

Cosa c'è di peggio che non usare i social della tua attività e lasciarli ammuffire? Usarli "a singhiozzi", ossia pubblicare una volta tanto in un momento di euforia, per poi lasciarli al loro destino per la maggior parte del tempo. Questo non fa bene nè all'algoritmo nè ai tuoi utenti!

Se anche qualcuno decidesse di seguire i tuoi contenuti, in questo modo gli faresti passare la voglia. Non è piacevole assistere alla pubblicazione di contenuti sparati magari a raffica nel giro di due giorni, per poi trovarsi di fronte al silenzio assoluto, senza ricevere più alcun segnale di vita. Gli utenti non avranno modo di capire se la tua attività è ancora attiva, se è aggiornata o quella di sempre, e per questo perderanno tutto l'interesse.

Attenzione però: questo non significa che devi pubblicare tanto e spesso! Significa soltanto che devi essere costante. Se scegli anche solo 2 giorni a settimana, fa che siano sempre gli stessi e crea regolarità: solo così darai una mano agli utenti a capire i tuoi ritmi e a seguirli con piacere.

7. SEMPLIFICA

Nella sistemazione del feed (cioè della schermata che rappresenta il tuo profilo nell'insieme) una delle cose più importanti è il nome utente, cioè quello preceduto dalla chiocciola. È finita da un po' l'era dei nomignoli incomprensibili e pieni di messaggi in codice...ci vuole chiarezza!

Il nome utente è quello con cui le persone ti cercano e soprattutto è quello per cui si ricordano di te e della tua attività, quindi come scriverlo? Hai 3 opzioni: o scrivi semplicemente il nome della tua attività, oppure nel caso tu sia il fulcro dell'attività scriverai il tuo nome e cognome, o ancora puoi optare per un nome d'arte quando ha senso farlo.

Esempi:

1. L'angolo dei libri
2. giuliorossi
3. vadoevengo

L'importante è scriverlo nel modo più semplice possibile: niente trattini, punti, pasticci vari che creano solo confusione e imprecisione! Questi vanno messi solo se il tuo nome appartiene già a qualcun altro, ma comunque vanno usati nel modo più semplice possibile!



8. OCCHIO ALLA QUALITÀ



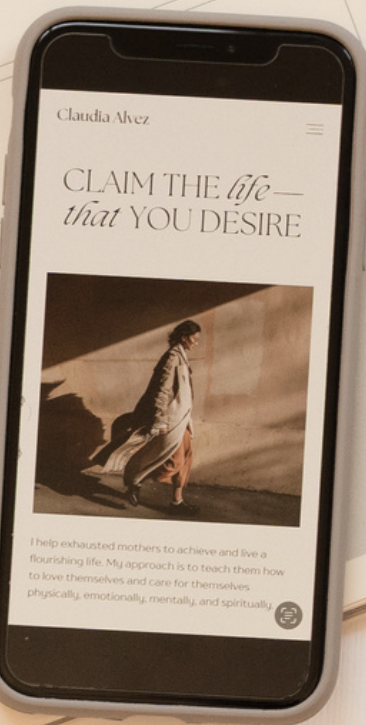
Instagram ha delle pretese alte sulla qualità dei contenuti pubblicati, cosa significa? Che le fotografie e i video che andrai a pubblicare devono avere una buona qualità. Oltre a essere ben fatti, devono proprio essere ad alta risoluzione, perché altrimenti non verranno mai spinti dall'algoritmo di Instagram.

Questo non significa che devi avere sempre l'ultimo modello di smartphone, ma è comunque importante che il tuo dispositivo crei materiale ad alta risoluzione, altrimenti il tuo sarà solo tempo sprecato.

Come accorgimenti di base, ovviamente presta attenzione alle foto sfocate, alle dita davanti all'obiettivo e a errori di questo genere!



9. RISPETTA I FORMATI



Anche nei formati Instagram è molto esigente, e per questo vanno rispettati. Nelle storie e nei reels, ad esempio, vanno inserite foto e video in formato 16:9 verticali. Non sai di cosa parlo? Se quando inserisci il tuo contenuto si formano delle strisce nere sopra e sotto per riempire lo spazio, significa che stai usando il formato sbagliato, e questo non permetterà al tuo contenuto di essere mostrato a molte persone.



Per questo una delle prime cose da fare è tenere sempre lo smartphone in verticale quando stai creando contenuti per Instagram, che siano foto o video.

10. SCRIVI BENE

Instagram apprezza le cose semplici, ma non quelle "buttate giù alla bell'e meglio", e questo vale anche per la scrittura! In qualsiasi frase che scrivi, per semplice che sia, presta la massima attenzione a non fare errori di ortografia o di sintassi. Nessuna abbreviazione, nessuna mancanza di punteggiatura...tutto questo ti farebbe perdere molta professionalità e credibilità.





**Dopo questi primi 10 passi puoi
cominciare a muoverti nel digitale!**

**Per tutti gli altri passi ti porgo la mia mano:
se vorrai li faremo insieme!**

www.micheladigitalcreation.it

[@michela.socialmedia](https://www.instagram.com/michela.socialmedia)

michela.digitalcreation@gmail.com