

# **SOCIAL MEDIA MARKETING PER IL PROFESSIONISTA**

COME CREARE UNA STRATEGIA VINCENTE  
CONDIVIDENDO LE COMPETENZE PROFESSIONALI

DANIELE GREGORI



disclose

**TeleConsul**

**2021**

# SOMMARIO

NOTA AUTORE .....	IX
INTERVISTE .....	X

## **CAPITOLO 1 - Perché il social media marketing per i professionisti?**

1. I FATTORI PER UN BUON PIANO DI SOCIAL MEDIA MARKETING...	3
1.1. Gli obiettivi.....	3
1.2. Il target.....	3
1.3. L'investimento di tempo.....	3
1.4. L'investimento di soldi.....	4
2. IL SOCIAL CARING .....	5
3. LA VOCE DEL CLIENTE.....	6

## **CAPITOLO 2 - La comunicazione post-pandemia**

1. UN NUOVO MODO DI COMUNICARE PER IL PROFESSIONISTA.....	10
2. DIGITALE NON SIGNIFICA INFORMATICA .....	12
3. COSA CI HA INSEGNATO IL COVID.....	13
4. I DONI DELLA PANDEMIA.....	16

## **CAPITOLO 3 - Il cliente è cambiato, per sempre**

1. TU FAI SMART WORKING E LUI SMART SHOPPING.....	21
2. L'ATTENZIONE DEL PESCE ROSSO .....	22
2.1. Adattarsi per vincere.....	24
3. DISTINGUERSI CON UNA COMUNICAZIONE POSITIVA.....	25
→ INTERVISTA A BARBARA REVERBERI .....	28

## **CAPITOLO 4 - Quale social scegliere?**

1. I FATTORI PER SCEGLIERE IL SOCIAL GIUSTO .....	35
1.1. Che obiettivo mi pongo?.....	35
1.2. Dove sono le persone potenzialmente interessate a me?.....	35
1.3. Quali contenuti pubblicare? .....	36

2.	OTTIMA, QUESTA TRIADE .....	37
2.1.	Facebook .....	37
2.2.	Instagram.....	37
2.3.	LinkedIn.....	38
3.	IL BUDGET DI TEMPO E COME INVESTIRLO AL MEGLIO .....	39

## **CAPITOLO 5 - LinkedIn: il professionista che lavora**

1.	IL PERSONAL BRANDING PASSA DA QUI.....	41
2.	LE 3 "LEVE" PER AUMENTARE LA TUA VISIBILITÀ.....	45
2.1.	Il profilo.....	46
2.2.	La rete dei contatti.....	46
2.3.	I contenuti.....	46
2.4.	Le 3 leve ai raggi x .....	47
3.	IMPOSTARE UNA STRATEGIA DI VALORE .....	50
4.	LO STUDIO PROFESSIONALE SU LINKEDIN .....	52
4.1.	Come si apre una pagina aziendale su LinkedIn .....	54
→	INTERVISTA A SABRINA GRAZINI .....	55

## **CAPITOLO 6 - Instagram: un social ormai "maturo"**

1.	ACCOUNT PROFESSIONALE SU IG? SÌ, GRAZIE.....	59
1.1.	I tre account di Instagram.....	60
1.2.	Come cambiare account su IG .....	62
2.	COME IMPOSTARE UN PROFILO PROFESSIONALE .....	62
2.1.	Nome utente.....	63
2.2.	Immagine del profilo .....	63
2.3.	Biografia.....	63
2.4.	Il "link esterno" .....	64
2.5.	La strategia di comunicazione.....	65
3.	COME LANCIARE LO STUDIO PROFESSIONALE SU IG.....	68
→	INTERVISTA A GIANLUCA PILLERA.....	72

## **CAPITOLO 7 - Facebook per l'attività professionale**

1. COSA C'È ANCORA DA SAPERE.....	75
2. PROFILO PERSONALE E PAGINA DELLO STUDIO .....	77
2.1. La fanpage di Facebook.....	78
3. PIANIFICARE LA STRATEGIA PER FARE LA DIFFERENZA .....	79
3.1. I post migliori da usare .....	86
3.2. Come aumentare i fan?.....	87
4. LE INSERZIONI PUBBLICITARIE .....	87
→ INTERVISTA A CATERINA RULFIN .....	91

## **CAPITOLO 8 - Una strategia di marketing. Due cervelli**

1. DIFFERENZA TRA MARKETING E COMUNICAZIONE.....	95
2. I DUE CERVELLI .....	96
3. GENERARE GRATITUDINE.....	97

## **CAPITOLO 9 - Messaggistica relazionale**

1. WHATSAPP: DA NEMICO A CANALE DI MARKETING.....	103
2. COME USARE WHATSAPP IN MODO PROFESSIONALE.....	104
2.1. Lista broadcast: la soluzione ideale.....	104
2.2. Come creare una lista broadcast.....	104
3. LA NUOVA APP: WHATSAPP BUSINESS.....	107
3.1. WhatsApp e WhatsApp Business: differenze?.....	107
4. C'È ANCHE TELEGRAM.....	110
4.1. Perché creare un canale?.....	111
4.2. Alcuni dei canali Telegram più seguiti in Italia.....	113

## **CAPITOLO 10 - Scenari e trend nei prossimi 3 anni**

1. I PODCAST .....	115
2. IL PHYGITAL MARKETING .....	116
3. IL PROFESSIONISTA SU TIKTOK?.....	117
4. L'IMPORTANZA DEL VIDEO.....	118
→ INTERVISTA A ELENA TORTOLO.....	121

**Appendice**

KIT OPERATIVO .....	131
GLOSSARIO WEB MARKETING: DALLA A ALLA Z.....	145