



Con Fattitaliani la magia della cultura è nelle tue mani

21 Giugno 2013

Rendi Fattitaliani la tua homepage | Aggiungi ai preferiti

**Fattitaliani**  
Plurisettimanale di **Cultura e leggibilità**

La tua pubblicità  
**Qui** 468x60

Contattaci via e-mail  
oppure contattaci dalla pagina **SERVIZI**  
redazione@fattitaliani.net

Ultime: <> "La missione di 3P", il cartone animato su don Puglisi. Fattitaliani intervista la regista Rosaiba Vitellaro - Lunedì, 19 Dicembre 2012

HOME IN PRIMO PIANO **INTERVISTE** MODE E MODI LIBRI SOCIETÀ VIAGGI E TURISMO FATTINTERNAZIONALI WEB E TECNOLOGIE

Domenica, 09 Giugno 2013 20:38

## Come fare Social Media Marketing, una guida per aziende e comunicatori digitali

dimensione font   Stampa Email

Vota questo articolo      (3 Voti)



L'insidia più incombente per una impresa che abbia intenzione di praticare il marketing online è quello di pensare che basti avere una qualsiasi presenza sul web per centrare i propri obiettivi commerciali. Niente di più sbagliato, come del resto spiegano Antonio Ferrandina e Roberto Zariello in questo agile manuale dedicato al **Social Media Marketing** (Franco Angeli, 102 pagine, 15 euro). Il primo è un esperto di marketing e pianificazione strategica, il secondo insegna scrittura e giornalismo per il web. Con questa guida di facile e veloce lettura, l'utente interessato a diventare un comunicatore digitale e l'azienda bramosa di muovere i primi passi sul web, riceveranno un'infarinatura essenziale per non fare la fine dell'elefante in cristalleria. I due autori illustrano passo dopo passo cosa sia il marketing online, il social media marketing, come si organizza una campagna di social media, come cambia l'ufficio stampa nell'era di internet. Si imparano termini tecnici, nozioni tecnologiche, le varie tipologie di social network e così via. Nel libro c'è spazio anche per contributi esterni, Massimo Nava, art director e social media manager illustra come costruire una strategia di comunicazione efficiente, disvelando i falsi miti che circolano intorno ai social, mentre Sandro Simone, blogger e scrittore, offre consigli utili per muoversi adeguatamente su Facebook e Twitter senza cadere nelle trappole più comuni e lo stesso fa la freelance Francesca Ferrara disegnando un orizzonte di azione per i nuovi comunicatori digitali. Al di là degli aspetti squisitamente tecnici, il messaggio più interessante che emerge da questo manuale è che lavorare sui social media è un lavoro dannatamente complesso e articolato. E che prima di ottenere delle soddisfazioni ci vuole tempo e pazienza. Se con l'esplosione dei social i mercati si sono trasformati in luoghi di conversazione, le aziende devono innanzitutto comprendere che più che vendere un prodotto devono imparare a stabilire con prospect e potenziali consumatori delle relazioni significative e durature. Il web è un luogo dove abbondano scambi di idee sui temi più diversi, su prodotti, marche, aziende, e la nuova forma di business che si va imponendo vede queste ultime "cercare un contatto diretto, personale, sartoriale con gli utenti". Ecco allora che il marketing sul web deve essere incentrato molto più sull'ascolto che su attività aggressive. "E un'azienda deve essere pronta a produrre contenuti su se stessa in modo rapido e flessibile, e soprattutto renderli fruibili,

aperti e chiedere un feedback". In termini tecnici tutto ciò si traduce nella costruzione di una forte brand reputation. Concludono i due autori. "Non è possibile ottenere eco se non si condividono i contenuti degli altri. E' questa, forse, la regola più importante per avere successo nel social media marketing".

**Mauro Scarpellini**

Publicato in [Interviste](#)

Etichettato sotto [libro](#) [Recensione](#) [mauro scarpellini](#) [social network](#) [marketing](#)

### Articoli correlati (da tag)

eBook "Nel punto atomico dove scompare il tempo" di Massimo Lanzaro, lo psichiatra che s'interroga sui paragoni tra l'ieri e l'oggi degli strati profondi della psicologia collettiva

Enrico Letta, la "task force anticrimine", Nicola Gratteri e "la giustizia per la libertà, la felicità e il progresso"