

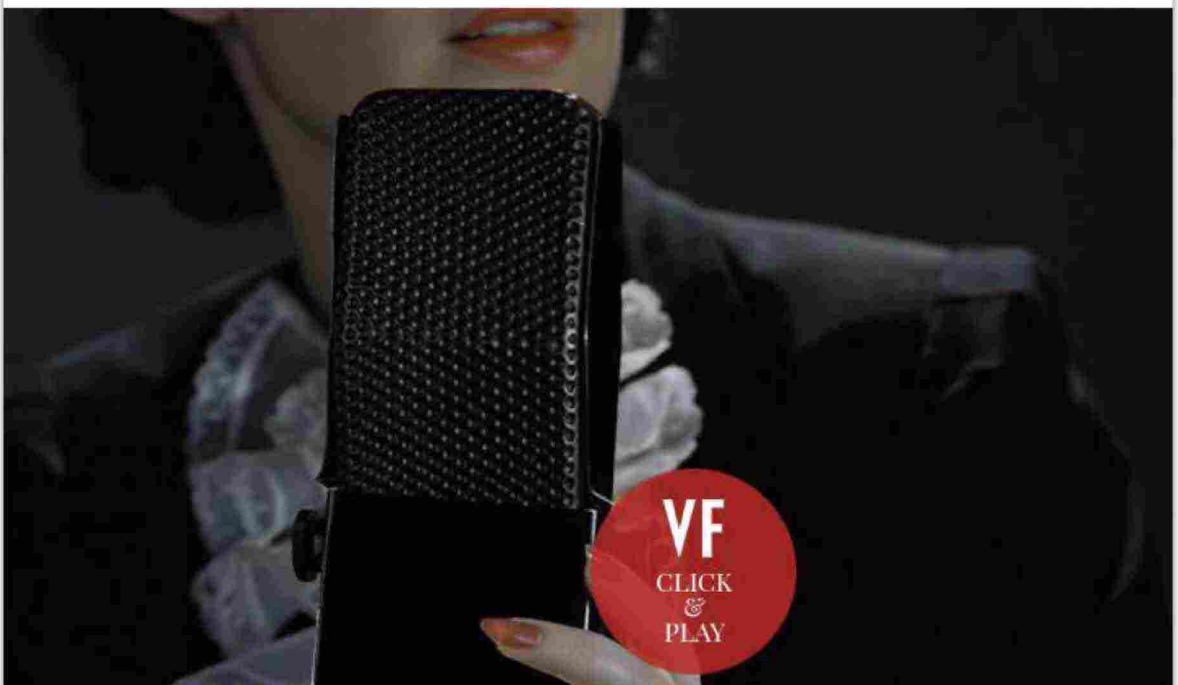


Cos'è il figlio di un avvocato? Di
Alessandra Pancione e della
sua coppia omosessuale gay A

[MYBUSINESS / NETWORK] **Anch'io vorrei essere un influencer!** Hanno un loro linguaggio e a volte migliaia di follower. Sono superesperti in qualcosa. E coccolatissimi da tutti i digital pr (e non solo)



1 giorno fa | di Nicoletta Spolini



Chi si occupa di **comunicazione**, anzi meglio di **digital pr**, conosce benissimo gli **influencer**. C'erano anche prima dell'avvento del web, li andavamo a sentire ai convegni. Ma oggi con la forza della rete, oggi basta **una loro parola, un loro intervento** per modificare l'opinione e a volte addirittura il comportamento d'acquisto di migliaia di persone. Wow!

«Ma non è facile diventare un vero **influencer**», ci dice **Piero Tagliapietra**, esperto di semiotica e di digitale e autore di *Leader Digitali Dall'analisi dell'influenza online all'influencer management* (Franco Angeli). «Prima una specie di definizione: l'influencer è una **persona importante** sotto qualche aspetto per qualcuno, e per un progetto che si articola in diverse tipologie. Vi sembra una definizione strana e troppo generica? Be' allora vi confondo ancora un po': **non esiste un solo tipo di**

HOT
*da*MYBUSINESS



NEWS
3 giorni fa | di Valeria Vantaggi
Arriva il professional organizer: mette in ordine casa e lavoro

*VEDI*anche





influencer. Perché in base al tipo di azienda e in base al progetto di comunicazione, i profili possono essere tanti e diversi.



Facciamo un esempio semplice: per promuovere un nuovo prodotto, potrebbe essere interessante anche solo **una persona che ha tantissimi follower** (dico "anche solo" ma non pensate sia così facile costruirsi una rete di seguaci). Se deve influenzare alcune decisioni, invece, un'azienda potrebbe aver bisogno di un influencer diverso, **molto credibile**. Non importa più, allora, quanti follower hai, ma **quanto pesano le tue opinioni**, a quali forum partecipi, come interagisci con il tuo pubblico».

Quali sono le doti importanti di un influencer? Per esempio la **competenza**, l'**esperienza**, la **passione**, la **pazienza**, la **costanza** e la **credibilità**. Nella gallery fotografica che trovate qui sopra Piero Tagliapietra ci ha segnalato quelli che per lui sono **gli influencer italiani e internazionali** più interessanti in questo momento, su alcune materie di suo interesse.

Adesso so bene che cosa vi state chiedendo: ma un buon influencer **guadagna**? «Anche qui la risposta non è univoca, dipende da tanti fattori», precisa Tagliapietra. «Per esempio, se sei all'inizio e devi costruirti una reputazione **meglio evitare gli onorari**. Se invece sei molto noto, e hai grande credibilità certo che guadagnerai, come guadagna anche chi partecipa da super esperto a un convegno. Difficile però dire quanto: varia in base al tipo di coinvolgimento previsto nel progetto». «Oggi per i digital pr a caccia di influencer esistono **strumenti interessanti per identificarli**», aggiunge Tagliapietra. «Ci sono siti che monitorano gratuitamente chi parla di cosa.

Followerwonk, per esempio, consente di cercare con parole chiave gli utenti di Twitter che trattano un determinato tema e ordina i risultati in base a un certo score.

Anche **Klout** è un sito interessante per individuare chi ha un buon raggio d'azione e soprattutto aiuta gli influencer a capire quali sono i contenuti che "funzionano". Attenzione però: prende in considerazione solo chi si iscrive. Ça va sans dire, quindi, che vi conviene farlo al volo, se il vostro obiettivo è quello di diventare influencer.

E, già che ci siete, iscrivetevi anche a **Buzzoole**: è un vero e proprio motore di ricerca per influencer ed è tutto italiano.



4 giorni fa | di Valeria Vantaggi

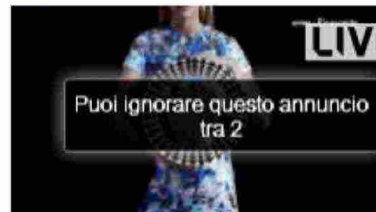
Alessandra Poggiani



14 giorni fa | di Nicoletta Spolini

Come si diventa Computer Grafico

TOP VIDEO



VANITY PROMOTION

È il momento di riprenderti il tuo tempo.
Scopri #smartFORyou.

VANITY FAIR LIVE!

3 MINUTES
Minigonna: una suggestione che nasconde l'essenziale



L'algoritmo di ricerca è stato messo a punto da una start up partenopea. Per voi l'iscrizione è gratis, per i digital pr invece i servizi sono a pagamento».

Se volete saperne di più su influencer e digital pr, oggi 24 febbraio alle 15 in Expo Gate, Sala Leonardo in via Luca Beltrami, in occasione della Social Media Week di Milano è previsto un workshop dal titolo: **Agile PR: come rendere più efficaci le attività di Influencer Management (facendo meno fatica)**. Relatori: Piero Tagliapietra appunto e Daniele Chieffi, capo ufficio stampa di Eni e direttore di NEO la collana crossmediale edita da Franco Angeli e dedicata all'innovazione digitale (di cui fa parte tra l'altro, anche il libro di Piero Tagliapietra).

Foto Horst P. Horst, Condé Nast Archive.

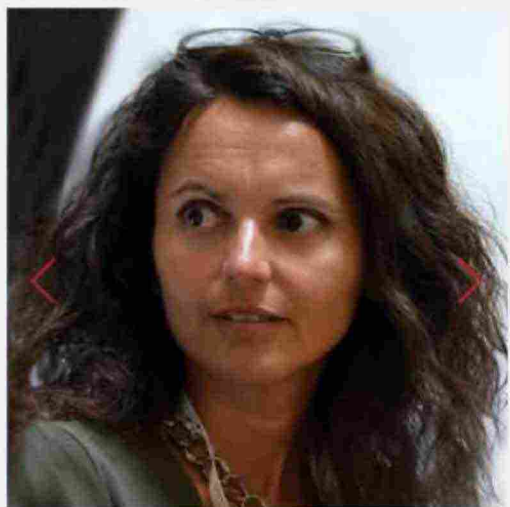


■ TAG · lavoro · digital · pr



PAOLO RATTO

Influencer nell'ambito del Social Media Marketing. Da seguire su twitter.com/jul_x



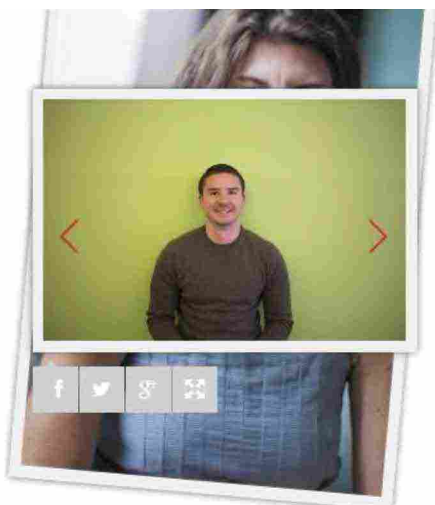
ROBERTA MILANO

Influencer nell'ambito del Social Media e del Turismo. Da seguire su twitter.com/robertamilano.



MATTEO G.P. FLORA

Dirige una Digital Reputation Company e una User Experience Agency. È un Influencer nell'ambito della Reputation e del Monitoring. Da seguire su twitter.com/lastknight.

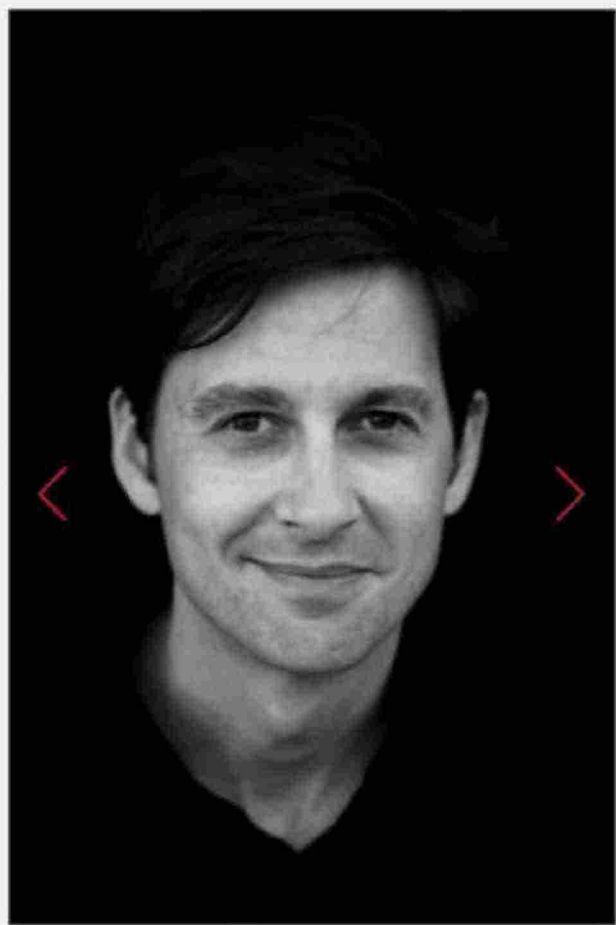


JOEL GASCOIGNE

Influencer in tema di Social Media. Da seguire su blog.buffcrabb.com

MAFE DE BAGGIS

*Influencer nell'ambito delle
Community e Digital PR. Da
seguire su
twitter.com/mafedebaggis*



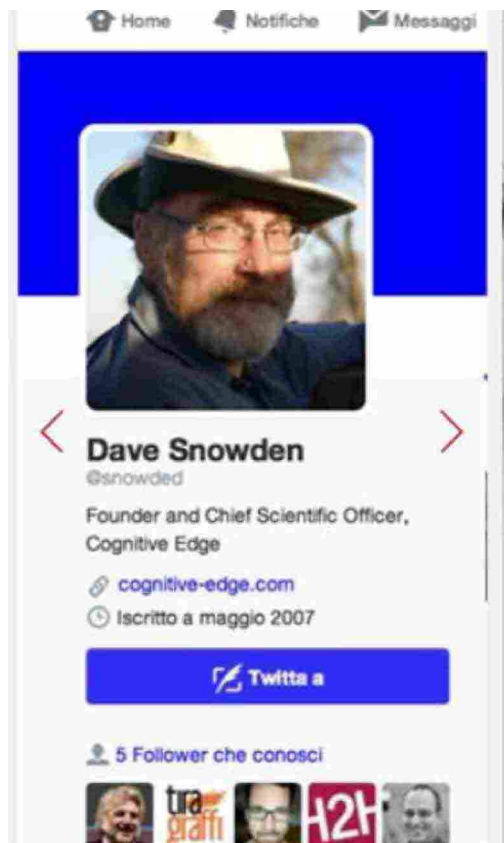
OLIVIER BLANCHARD, THE
BRAND BUILDER

*Influencer nel mondo del Social
Media Marketing. Da seguire su
twitter.com/thebrandbuilder*



DAVE GRAY

*Influencere nell'ambito del
Visual Thinking. Da seguire su
twitter.com/davegray.*



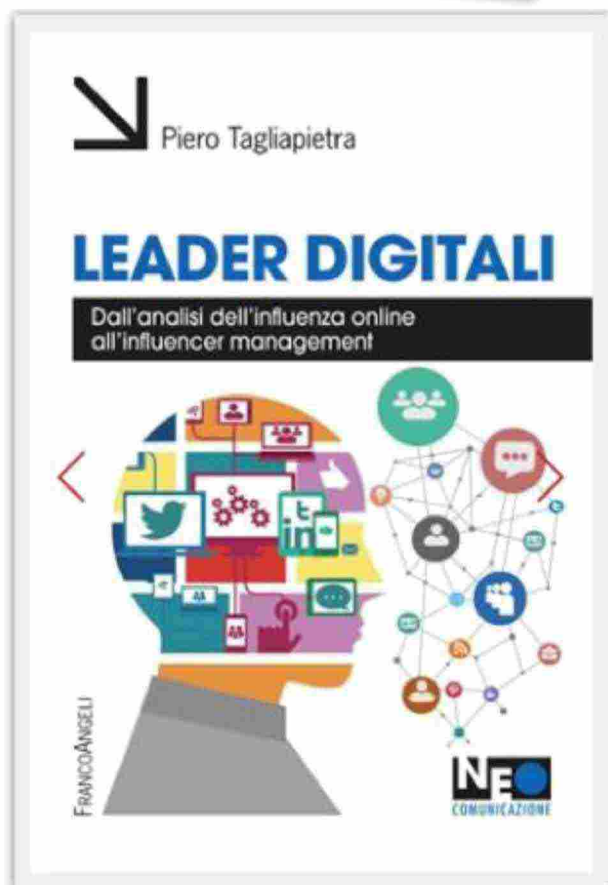
DAVE SNOWDEN

*Influencer nell'ambito della
Gestione della Complessità. Da
seguire su twitter.com/snowded.*



PIERO TAGLIAPIETRA

*esperto di semiotica e di digitale. È lui il nostro interlocutore sulle digital pr. E ci ha segnalato quelli che ritiene suoi influencer sui vari temi. Il 24 febbraio alle 15 in Expo Gate, Sala Leonardo in via Luca Beltrami, in occasione della Social Media Week di Milano sarà tra i relatori di un workshop dal titolo: **Agile PR: come rendere più efficaci le attività di Influencer Management (facendo meno fatica).***



LEADER DIGITALI

*Appena arrivato in libreria il libro di Piero Tagliapietra **Leader digitali. Dall'analisi dell'influenza online all'influencer management.***

Tre gli argomenti principali:

- *influenza del digitale: quanto le nostre scelte sono influenzate dall'online e dagli altri?*
- *chi sono gli influencer: si prova a descriverli e a classificarli. Poi a definire come trovarli;*
- *come gestire gli influencer in ottica aziendale: in che modo è possibile far rientrare queste persone all'interno dei progetti? Good practice per l'influencer management.*