



Social Network marketing:

I social network possono essere uno strumento di comunicazione estremamente utile ma anche molto insidioso: integrarne l'utilizzo con i tradizionali canali di marketing è fondamentale per il successo del business. Ecco alcuni consigli per sfruttare i social media in modo intelligente e proficuo.

Una delle chiavi di successo di qualsiasi attività, prodotto, o campagna commerciale è legata alla scelta, all'utilizzo e alla corretta integrazione degli strumenti di comunicazione e marketing volti a promuoverli.

La proliferazione dei social media in questo ultimo decennio rappresenta per molte aziende una vera e propria arma a doppio taglio: in pochi hanno capito come usare i social media e ancor meno come integrarli con le campagne di comunicazione sono già in corso.

Uno degli strumenti più utilizzati anche in Italia (abusati ad dire il vero) è certamente quello delle newsletter o delle campagne di e-mailing.

Questo strumento, utilizzato correttamente, può essere particolarmente utile ed efficace per raggiungere un target specifico di utenza e possono essere anche utilizzate per ottimizzare la propria presenza sui social media. Allo stesso tempo l'impegno sui social media può contribuire ad aumentare il numero di abbonati alla mailing list aziendale.

Purtroppo, i legami tra e-mail e campagne sui social media sono ancora organizzazioni assai scarsi. eMarketer ha recentemente rilevato infatti che solo il 48% delle organizzazioni include l'opzione "inoltre ad un amico" all'interno delle proprie campagne e-mail. Così come è sorprendente basso il numero, di chi rende semplice la condivisione di un messaggio via mail o sui social media con icone o link dedicate: a farlo è solo il 13% delle organizzazioni.

Secondo recenti studi di [Marketing Sherpa](#), la possibilità di condividere facilmente sui social media o via mail una campagna di comunicazione è risultata nel "25% dei casi determinante per promuovere l'interazione con il lettore e aumentare il traffico in entrata proveniente dai siti di social network."

Di quanto può aumentare il traffico grazie ai social media?

Ma se si riesce ad avere una buona integrazione tra e-mailing e uso dei social media di quanto può aumentare e il traffico sul sito? Circa del 2070 % con LinkedIn, 1680 % con Twitter e 1351% con Facebook. Questi numeri non possono che catturare la nostra attenzione. Adesso andiamo ad analizzare nel dettaglio come integrare i social media nella vostra campagna.

Condividi su Facebook, Twitter e LinkedIn

Come suggerito dalla guida dei social media [Mashable](#), in primo luogo bisogna assicurarsi che ogni articolo della campagna e-mail includa un link ben visibile a una pagina web e che esso includa l'opzione **condividi** su Facebook, Twitter e LinkedIn. Queste opzioni dovrebbero essere impostate in modo tale che si possa condividere l'URL (l'indirizzo della pagina web) del contenuto. Le persone che cliccheranno sul bottone "condividi su Twitter", per esempio, dovranno avere sul loro account il titolo dell'articolo e l'URL: le decine, centinaia o migliaia di followers potranno così vedere l'articolo e raggiungerlo con un semplice clic.

Perché dovrei seguirvi su Twitter, LinkedIn o Facebook?

Un altro accorgimento importante è includere nella vostra e-mail un link ben visibile al vostro account di Twitter, LinkedIn o Facebook in modo tale che il lettore della vostra e-mail possa collegarsi direttamente alle vostre pagine. Questo presuppone che voi abbiate un account (se non ce lo avete... apritelo!!!) e che i vostri account contengano un link di collegamento al vostro sito nel quale i lettori potranno iscriversi per ricevere la newsletter o altre comunicazioni via e-mail. Piuttosto che chiedere semplicemente ai lettori di seguirvi su Twitter o di diventare fan su Facebook o di connettersi su LinkedIn, preoccupatevi di offrire loro un vantaggio che li spinga ad accettare. Perché dovrebbero seguirvi su Twitter? Se ad esempio l'account di Twitter vi serve per inviare informazioni sulla disponibilità di nuovi prodotti a prezzi speciali, comunicate al lettore che vi devono seguire su Twitter per ricevere queste informazioni.

I contenuti prima di tutto!

Infine, ricordatevi sempre che la cosa più importante è il contenuto. Tutti i mezzi di comunicazione sociale e le campagne via e-mail non vi aiuteranno – anzi potranno ritorcersi contro di voi – se non avranno un contenuto d'interesse per i destinatari previsti. Se non sapete quali contenuti potrebbero interessare il vostro target una buona idea può essere di chiederglielo magari completando un sondaggio online come [Kampyle](#)

Tratto da www.dagcom.com