

Fulvio Julita e Federico Di Leva

# TI HO VISTO SU FACEBOOK

Come guadagnare visibilità e reputazione aziendale  
con il social network più grande del mondo

Contiene IL METODO DEI CINQUE VASI®  
per scrivere post che si facciano ricordare

ANTEPRIMA  
15 PAGINE

TI HO VISTO SU FACEBOOK

© 2012 - Fulvio Julita e Federico Di Leva

Progetto grafico di Julita | Atelier di comunicazione visiva

Le illustrazioni del libro sono di Tineke Everaarts

In copertina: “Planet Earth”, illustrazione digitale di Nino Satria

Quest’opera è protetta dalla Legge sul diritto d’autore.

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro senza l’autorizzazione scritta dei proprietari dei diritti.

IL METODO DEI CINQUE VASI®

è proprietà intellettuale esclusiva di Fulvio Julita e Federico Di Leva.

Il nome e la sequenza di fasi che ne compongono il processo sono coperte da copyright e pertanto la divulgazione, in particolare per fini commerciali, deve essere formalmente autorizzata dagli autori.

FACEBOOK è un marchio di Facebook Inc. - Tra gli autori e Facebook Inc. non esiste alcun rapporto di affiliazione, sponsorizzazione o supporto.

Tutti i marchi citati nel libro sono proprietà dei rispettivi detentori dei diritti.

Sapevate che grazie a Facebook le aziende possono facilmente guadagnare popolarità e reputazione? E che esiste un modo per creare valore attorno al loro marchio coltivando una buona strategia, seminando buoni contenuti e raccogliendo buone relazioni? È necessario avere le idee chiare su cosa bisogna fare.

Con *Ti ho visto su Facebook* conoscerete il Metodo dei Cinque Vasi, per gestire la vostra Pagina aziendale. Imparerete ad organizzare il vostro piano d'azione, a comunicare cose interessanti e facili da ricordare, a evitare le insidie che si celano nell'uso non consapevole dei social media. Il tutto attraverso il perfezionamento delle vostre abilità di scrittura, per fare delle parole uno strumento capace di suscitare emozioni e coinvolgimento.

Le tecniche che apprenderete sono quelle che gli autori applicano ogni giorno con le aziende con le quali collaborano. Le stesse tecniche che potrete utilizzare per raggiungere risultati di successo e allargare i vostri orizzonti verso i nuovi confini del marketing.

## **Ambientarsi | Scoprire che cosa è cambiato** **7**

Ecco cosa fare per sbarazzarsi delle vecchie abitudini e cogliere, prima di tutti, le opportunità offerte dai social media. Quando il mondo cambia, serve cambiare il modo di guardare il mondo.

## **Riconoscersi | Scoprire di avere qualcosa in comune** **13**

Nel quale si parla delle opportunità che si aprono nell'entrare in sintonia con il lettore, del posizionamento del brand e, in generale, del buon comunicare nel social media marketing.

## **Capirsi | L'antica arte del fare salotto** **19**

Quali prospettive apre Facebook a chi fa marketing? Quanto peso ha il coinvolgimento del pubblico attorno al brand? Il terzo capitolo è quello dove troverete le risposte.

## **Orientarsi | Saper toccare i tasti giusti** **25**

Come sfruttare le funzioni della Pagina Facebook per fare comunicazione accattivante, intelligente e d'impatto. Con gli strumenti giusti e con la loro corretta interpretazione.

*Immagine di copertina / Immagine del profilo / Il post / I tipi di Mi piace e le funzioni di interazione / Messaggi / Informazioni / Le tab Visualizzazioni e Applicazioni / Post fissati, notizie più grandi e in evidenza, traguardi personali, crea evento / Attività degli amici / Strumenti di gestione*

## **Organizzarsi | Il buono del fare con metodo** **39**

Cinque contenitori per farvi arrivare là dove vi spingono le vostre ambizioni: il nostro esclusivo Metodo dei Cinque Vasi per pensare e gestire le strategie di social media marketing su Facebook.

*Obiettivi / Fattori condizionanti / Generare contenuti con il Metodo dei Cinque Vasi / Pianificazione*

## **Scriversi | Le parole e il loro magnetismo**

**59**

Le caratteristiche di un post che lascia il segno, le tecniche usate dai professionisti della comunicazione, le regole di chi esercita l'antica arte dello scrivere: tutto racchiuso in questo capitolo.

*Chi scrive? / Chi legge? / Lo zoo delle figure retoriche / La casetta degli attrezzi / Ai vostri lettori, parlate come mangiano / Pensare senza frontiere / Focalizzare l'attenzione / Raffinare le parole / I benefici del dubbio*

## **Distinguersi | Il fascino di una personalità unica**

**75**

Il Galateo del social media writer: nel frastuono del web, l'atteggiamento, la disposizione mentale e le parole adatte a far emergere il suono della vostra voce.

*Facebook è una piazza, ma non è la piazza del mercato / Punti di vista / Effetti collaterali / Andate alla fonte / Facebook non morde. Basta un po' di sale in zucca / Con le buone si ottiene tutto / Tre consigli per stimolare il dialogo / Rapidi e incisivi / Farsi capire / Sorridere / Spingere all'azione / Capire ed evitare i Non mi piace più / I link e la multimedialità / Avere la coscienza a posto / Dite al popolo di Facebook che siete su Facebook / Dite al mondo (fuori da Facebook) che siete su Facebook*

## **Specchiarsi | Controllare che sia tutto in ordine**

**99**

Questo capitolo è una check-list per verificare di aver fatto tutto per bene; quell'ultimo sguardo, un attimo prima che un pensiero solo vostro diventi patrimonio di tutti.

## **Ispirarsi | Continuare ad imparare**

**103**

Fonti per guardare più da vicino i tanti mondi che vi abbiamo descritto, affinché il nostro punto di arrivo diventi il vostro punto di partenza.



*Molte aziende si stanno chiedendo se i social media siano utili al loro mondo.  
I social media, nel frattempo, il mondo l'hanno già cambiato.*





# 1 | Ambientarsi

Scoprire che cosa è cambiato

*“Si ritrovò catapultato in un luogo che non gli apparteneva, tra gente che non parlava la sua lingua. Il comandante Stern sentiva che per uscire da quella situazione c’era un solo modo: cercare di capire ed adeguarsi. Brandì tutto lo spirito di adattamento di cui era capace e si buttò nella mischia.”*

Abbiamo scelto le parole di Richard Stulter (dal romanzo *Il libro dei volti blu*) per introdurre una grande verità: il mondo della comunicazione è irreversibilmente cambiato. E l’ha fatto quasi senza che ce ne accorgessimo. Sono cambiati il modo e i mezzi attraverso cui le persone comunicano e, di conseguenza, le vie attraverso le quali è opportuno che le imprese si rapportino con il mercato.

A differenza del comandante Stern, però, spesso le imprese non hanno ancora acquisito la consapevolezza di che cosa stia succedendo attorno a loro.

In questo libro vi spiegheremo il cambiamento. E non solo, cercheremo di dare alle imprese un metodo facile per cavalcarlo attraverso Facebook.

Facebook è il social network più diffuso al mondo, una piattaforma internet attraverso cui le persone possono rimanere in contatto con gli amici, allargare le proprie relazioni ad altre persone e stabilire contatti con aziende, marchi, prodotti, attività commerciali.

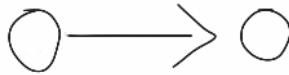
Il nome del sito si riferisce agli annuari con le foto di ogni singolo membro che alcune scuole statunitensi, all’inizio dell’anno accademico, distribuiscono ai nuovi studenti per far conoscere loro le persone del campus.

Come un annuario scolastico, infatti, Facebook offre alla gente la possibilità di affacciarsi sulla vita di altre persone, in particolare quelle più o meno connesse alla rete di conoscenze che hanno

nella vita reale. In che modo? Scambiando messaggi pubblici o privati, foto e filmati.

Ma torniamo alla rivoluzione avvenuta nel mondo della comunicazione e cerchiamo di capire assieme che ruolo ha avuto Facebook in tutto questo.

Fare comunicazione è sempre stato qualcosa di piuttosto lineare, intuitivo. C'erano un mittente e un generico destinatario: un giornale e un lettore, una radio e un ascoltatore, un'azienda che pubblicava un annuncio su un giornale e un lettore che leggeva. Una volta giunta a destinazione, l'informazione aveva completato il proprio percorso.



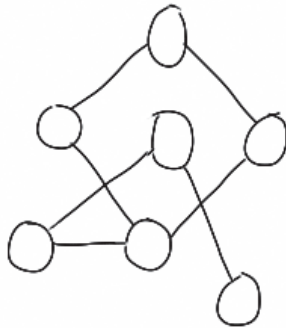
Oggi non è più così. O meglio, non lo è più da quando sono arrivati Facebook e tutti gli altri social media, quella galassia di piattaforme internet tanto differenti tra loro ma con una caratteristica comune: offrire agli utenti, solitamente gratis, la possibilità di aggregare e condividere contenuti, siano essi pensieri, commenti, immagini, riflessioni, ma anche file digitali di varia natura tra cui fotografie, filmati, suoni.

Forse, oltre a Facebook, conoscete Twitter, LinkedIn e Google+, piattaforme dalle caratteristiche analoghe tra loro, definite *social network* in quanto servizi di gestione delle reti sociali.

I social network sono solo alcuni dei social media, più ampia categoria di mezzi di divulgazione che include altri nomi

ormai noti come YouTube (per la condivisione di filmati), Wikipedia (l'enciclopedia scritta dai lettori), Flickr (foto), Amazon (vendita online di libri e aggregatore di recensioni), TripAdvisor (recensioni turistiche), Blogger, eBay, e migliaia di altri. Insomma ovunque sul web sia data all'utente la facoltà di avere un ruolo attivo nel creare informazione, anche solo condividendo e rielaborando i contenuti di altri, lì siamo in presenza di un social media.

Ecco quindi la grande rivoluzione di cui vi raccontavamo. Con l'avvento dei social media, l'informazione non si esaurisce una volta arrivata al destinatario, ma ha la facoltà di essere rimbalzata verso un'altra meta e poi un'altra ancora, prendendo via via forme diverse. L'utente non è più il capolinea del messaggio.



E le imprese? Come possono le imprese inserirsi con efficacia in un meccanismo dove ognuno - anche il loro cliente potenziale - è al contempo destinatario e vettore del messaggio? E soprattutto perché farlo?

A quest'ultima domanda risponderemo nei prossimi capitoli, ma un concetto vogliamo anticiparvelo: il vecchio modello di comunicazione non funziona più.

Vi dovrebbe bastare qualche numero per capire l'entità del fenomeno: tra gli utenti attivi nella fascia tra i 14 e i 19 anni - i clienti di domani, in pratica - l'utilizzo medio di internet è di 16 ore alla settimana e il 94% di loro è iscritto ad un social network.

Ma non è tutto. La stessa ricerca firmata da Universal McCann nel 2008 diceva che ogni persona è mediamente esposta a 3000 messaggi al giorno e che solo il 14% della popolazione dice di aver fiducia nella pubblicità.

Ben differente è la percentuale - 78% - delle persone che invece dicono di fidarsi dei consigli di altri consumatori. E che cos'è il navigare tra i contenuti presenti nelle piattaforme social se non un esporsi ai consigli di altri utenti?

Capite allora che guardare con interesse alle nuove forme del comunicare diventa inevitabile per chi si occupa di marketing.

Sì, ma come? Anche in questo caso la risposta è tutt'altro che ovvia: imparando a comunicare meglio e aprendosi ad un rapporto più trasparente con il pubblico.

E non abbiate timore di bagnarvi i piedi. Perché è certo che succederà!

Lasciateci spiegare meglio. Uno dei titoli che avevamo immaginato per questo libro era "Non entrate in acqua se non volete bagnarvi i piedi", a sottolineare un fondamento della nuova era di internet: per immergersi nel mare dei social media e raccogliere risultati ci si deve bagnare. Occorre mettersi in gioco, abituarsi al dialogo e confrontarsi. Insomma, per essere "social" serve assumere una mentalità "social".

Perché questa confidenza? Per introdurvi le ragioni di questo libro. Vi insegneremo l'umile arte di arrivare al cuore di potenziali clienti imparando a dare valore a ciò che avete da dire e, cosa più importante, da dare, costruendo giorno per giorno rapporti

genuini e sinceri. Cercheremo di fornirvi qualche dritta che possa svelare il meglio che c'è nel marchio che rappresentate, che faccia capire al mercato in che cosa siete diversi dai vostri concorrenti.

Questo libro si concentra su Facebook e sul generare relazioni, usando la parola quale materia prima per costruire un clima di fiducia e d'intesa tra marchio e pubblico.

Vi offriremo un'analisi di quanto sta succedendo e occorre fare per emergere nel mare dei social; vi aiuteremo ad affinare il processo di avvicinamento; e vi parleremo dello scrivere bene ed in modo evocativo come strumento di relazione. Non solo, vi insegneremo il nostro metodo - il *Metodo dei Cinque Vasi*, così l'abbiamo chiamato - utile e facile, pensato per fare le cose per bene.

Fare marketing, lo sapete, è studiare il mercato al fine di individuare punti di contatto tra chi offre e chi vende. Ecco perché è anche di una teoria degli intrecci ciò di cui vi parleremo, descrivendovi le tecniche per generare incontri appaganti.

Ora voltate pagina. Lasciatevi alle spalle questo capitolo e il vecchio modo di comunicare. Scoprite quanto potrà esservi utile l'esserci incrociati in questo libro.

Buona lettura.

*Questo capitolo è un assaggio del libro*

## **TI HO VISTO SU FACEBOOK**

Come guadagnare visibilità e reputazione aziendale  
con il social network più grande del mondo

*Questo libro ti insegnerà, capitolo dopo capitolo,  
come guadagnare visibilità e reputazione aziendale su Facebook.*

*Imparerai a generare contenuti interessanti  
con il Metodo dei Cinque Vasi® e scoprirai le strategie  
che gli autori Federico Di Leva e Fulvio Julita  
adoperano quotidianamente nel loro lavoro di consulenti.*

*Cercalo, anche in versione digitale, nei principali bookstore.*

*Oppure qui:*

*[www.cinquevasi.com](http://www.cinquevasi.com)*