

Social Media ai tempi del Covid-19

Consigli pratici per utilizzare i tuoi social ai tempi del Coronavirus



07:00 am

Suona la sveglia e come ogni mattina da ormai due settimane, ognuno di noi, ogni attività commerciale e non, si trova a dover capire come fronteggiare questa situazione improvvisa senza precedenti.

Seppur non sappiamo quando tutto questo sarà finito e quali conseguenze porterà, non dobbiamo dimenticarci di vivere il presente, sta a noi decidere come fronteggiare questa crisi e come trasformarla, ove possibile, in opportunità.

Oggi voglio mettere a disposizione le mie conoscenze per aiutare chi si trova in difficoltà in questo momento difficile.

In questo articolo voglio darti alcuni consigli pratici per cercare di rendere i social media una vera risorsa di business per fronteggiare questa quarantena e ripartire al meglio.



1. Rivedere il piano editoriale

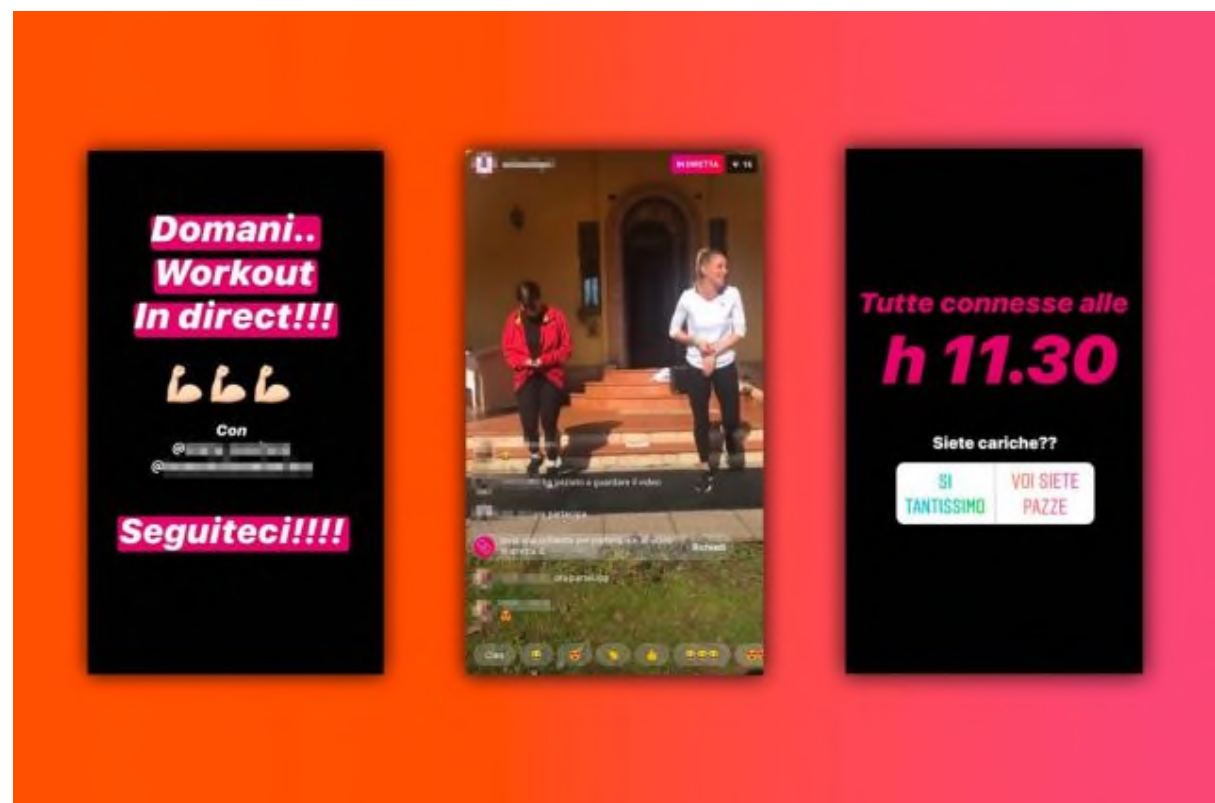
Non possiamo di certo fare finta di niente e continuare a offrire promozioni e post completamente distaccati dalla realtà in cui ci troviamo.

Questo rischia di rivelarsi un vero e proprio boomerang per le nostre attività.

Video, servizi extra, tutorial, podcast, pensa a ciò che puoi offrire ai tuoi clienti, persone chiuse in casa. Metti in luce le tue competenze, aumenta la tua reputazione. Si ricorderanno di chi li ha aiutati nel momento di difficoltà.

Ora voglio mostrarti alcuni casi di studio per farti comprendere meglio di cosa parlo.

Alcune palestre che seguiamo da anni hanno deciso di pubblicare una serie di video di allenamento workout da svolgere comodamente a casa, niente di più utile in questo momento.



Partendo dal bisogno dei propri clienti, non hanno fatto altro che risolvere loro un problema.

Un'azienda che produce finestre ha dovuto rinunciare alla partecipazione ad una fiera di settore importante.

Si è rimboccata le maniche, ha creato una serie di articoli da pubblicare sul proprio blog per coinvolgere specialisti del settore e regalare consigli utili agli utenti finali.

Parliamo ora di un'altra realtà. Si tratta di una Cartolibreria. In seguito alla chiusura delle scuole la comunicazione si è concentrata totalmente su prodotti finalizzati a far trascorrere il tempo a casa ai bambini. Questo per un motivo molto semplice: il problema principale del genitore è diventato improvvisamente come intrattenere il figlio in casa.



Ma lo spunto che forse spiega meglio come aiutare i propri clienti anche in questi momenti è un altro: la cartolibreria ha deciso di stampare centinaia di autocertificazioni e metterle a disposizione della comunità, fuori dal proprio punto vendita.

Tutto è stato poi comunicato sui loro canali social.

Perché farlo?

1. Si risolve un problema ai clienti: si ricorderanno di questo piccolo aiuto;
2. Passando per strada si fermano a leggere: in questo modo si riesce a catturare l'attenzione sull'attività;
3. Si accresce la reputazione.

Insomma, sono tantissime le iniziative che potete porre in essere per aiutare i vostri clienti.

Quali canali utilizzare?

I video e le dirette facebook in particolare sono i format maggiormente utilizzati, specialmente su Facebook e Instagram, anche perché permettono in genere di raggiungere più persone rispetto agli altri canali.

A proposito di questo voglio darti un dato veramente incredibile, che dovrebbe farti riflettere.

In questo periodo, gli accessi a Facebook in Italia sono **QUADRUPPLICATI**.

Dobbiamo sfruttare questo momento per aumentare visibilità della nostra attività, creare fiducia. Dobbiamo essere presenti, gettare le basi per ripartire al meglio.

Quando tutto questo sarà finito, credimi, si ricorderanno di te, dei tuoi consigli, dell'aiuto che gli hai dato, non dei tuoi competitor.

E non stiamo parlando solo di clienti attuali, ma anche di potenziali.

2. Metti al centro i tuoi clienti

Sì, i tuoi clienti attuali sono una priorità: la tua ripartenza dipende moltissimo da loro.

Come abbiamo detto, offri loro contenuti gratuiti, di valore.

Ma non solo articoli, tutorial, anche consegne gratuite, sconti speciali o semplicemente l'accesso a dei servizi gratuiti.

Dobbiamo stare vicini a clienti, telefonando, ascoltando le loro esigenze.

Il valore nasce dall'ascolto delle esigenze dei nostri clienti.

Proprio in questa direzione, il consiglio che mi sento di darti è quello di telefonare a tutti i tuoi clienti e capire, ragionare INSIEME a loro come possiamo aiutarli.

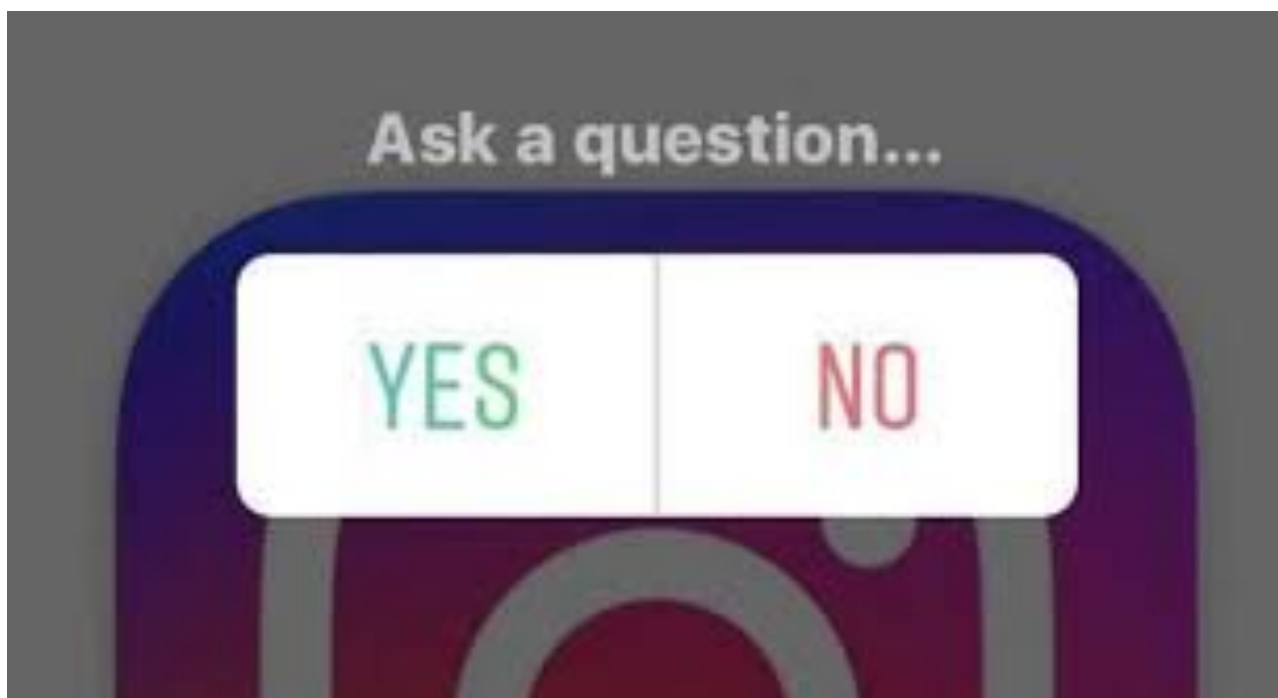
L'esigenza primaria in questo momento storico è proprio il RAPPORTO UMANO.

Dobbiamo stare più vicini alle persone. Chiedere se stanno guardando i nostri video, i nostri articoli, se gli piacciono, cosa potremo migliorare.

Ritorniamo all'esempio della cartolibreria.

Prima dell'ultimo decreto, quando ancora non era stato imposto il blocco totale, vi era il problema "vendita" dovuto alla scarsa affluenza in negozio: la soluzione è stata provare la via delle consegne a domicilio.

Per capire se questo potesse funzionare, prima di attivarsi è stato chiesto direttamente a loro usando le storie e l'offline: sareste realmente interessati a questo servizio?



Niente di semplice.

Un'altra priorità dettata dal momento è sicuramente l'assistenza ai tuoi clienti:

Moltissimi utilizzano i social per mettersi in contatto con le aziende, capire cosa ne sarà dei propri ordini o prenotazioni.

Noi ci dobbiamo essere, in modo rapido e puntuale. Creare una chatbot che ti aiuti in questo, per automatizzare le risposte, potrà esserti di grande aiuto.

3. Fai Lead Generation o generazione di contatti

La domanda che più spesso ci viene fatta in questo periodo è: Dobbiamo quindi stare totalmente fermi e aspettare?

Assolutamente no.

Possiamo infatti utilizzare questo periodo non solo per "seminare" pubblicando post di valore attraverso i social, ma anche valutare delle campagne di acquisizione contatti sui quali andremo poi a lavorare;

Potresti creare degli e-book da poter scaricare in cambio del contatto e-mail per esempio. Se lavori per un centro estetico potresti pubblicare una mini-guida o un tutorial per prendersi cura del proprio corpo in casa da scaricare in cambio dei dati degli utenti.

Voglio ricordarti una cosa fondamentale.

L'acquisizione dei contatti è una delle attività più importanti per qualsiasi attività, piccola e grande, e ora che forse hai un po' più di tempo per creare risorse e concentrarti su questa attività, non perdere l'occasione per investirlo bene.

In ogni caso, non sparire del tutto.

Fatti ricordare, fatti conoscere, resta vicino ai tuoi clienti.

Magari riduci i budget, la frequenza di pubblicazione, ma non sparire.

Siamo giunti alla fine, spero che questo blog ti sia piaciuto e se vuoi farmi qualche domanda scrivimi senza problemi a questa mail : f.micheloni95@gmail.com

Ideazione e motivazione

Al lavoro consultandomi con gli altri ragazzi, abbiamo notato che sempre più clienti ci chiedevano cosa dovevano fare con la loro azienda, ci fermiamo?, continuiamo a pubblicizzare?, i social?, i post quante volte devo farli?.

Così è nata l'idea di scrivere questo post e l'obiettivo è quello di far capire al cliente come muoversi con i social network in questo brutto periodo.

Il linguaggio utilizzato è abbastanza “friendly”, già siamo in una situazione drastica quindi non volevo appesantire troppo l'articolo con un linguaggio troppo formale.

Ho cercato di seguire le tre linee guida per un blog post completo:

1. Ispirate (Azienda che produce le finestre)
2. Informate (Quadruplicati gli accessi a facebook)
3. Intrattenete (Esempio cartolibreria)