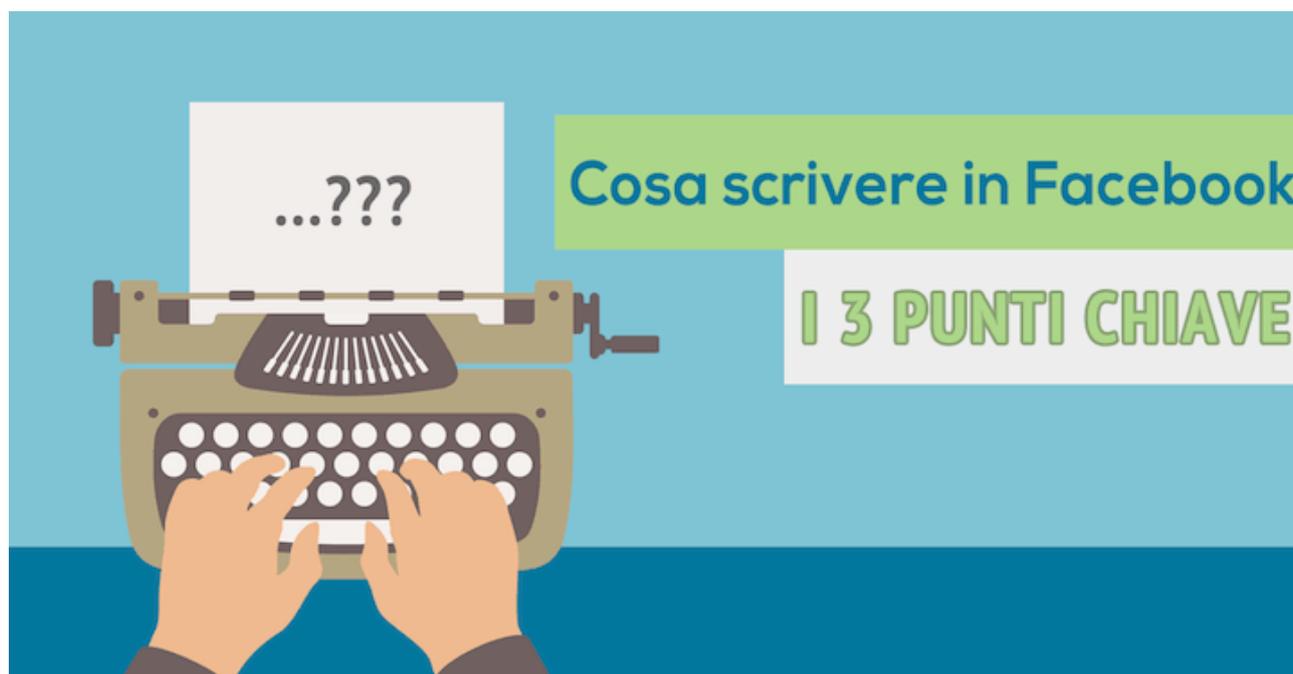


Cosa scrivere sulla tua Pagina Facebook: i 3 punti chiave

Ecco fatto, ho creato la mia Pagina Facebook, ho seguito **le 4 regole per iniziare con il piede giusto** e ora posso iniziare a pubblicare contenuti, ma...

...cosa scrivo?



Bho... intanto inizio a farmi un po' di pubblicità in vecchio stile: vendo questo, venite a trovarmi, chiamatemi, i miei servizi sono eccezionali, ecco le foto dei miei prodotti eccetera eccetera. Faccio questo. E basta. (Sì lo so, sono un provocatore, ma non volermene!).

Facciamo un passo indietro. Partiamo da un concetto che puoi condividere con me: **Facebook non è una piattaforma di vendita.**

Qui siamo tutti d'accordo, Facebook nasce come piattaforma di intrattenimento per le persone.

Allora mi dirai: *“ma che ci faccio con la mia attività su Facebook se qui la gente ci viene solo per divertirsi?”*

È il grande cambiamento di approccio e di mentalità che è necessario al tuo business per ottenere risultati concreti con Facebook.

Non so se hai mai sentito la frase “*le persone amano comprare, ma odiano i venditori*”. Qui calza a pennello.

In sostanza su Facebook il messaggio “compra il mio prodotto/servizio”, se non inserito nel giusto contesto è:

- Inutile nel migliore dei casi
- Dannoso nel peggiore.

Nel metodo di comunicazione che abbiamo visto funzionare efficacemente, abbiamo trovato 4 punti cardine che ora vediamo insieme.

1) Dai valore a chi ti segue

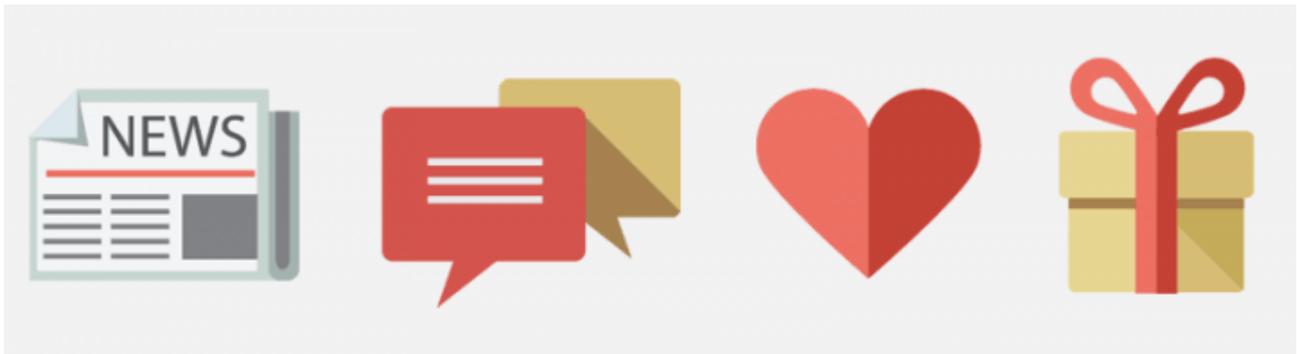
Ma cosa significa precisamente “*dare valore*”?

Significa dare degli ottimi motivi alle persone perché decidano di seguirti, perché decidano di spendere il loro tempo per sentire cos’hai da dire.

Nel momento in cui tu darai a chi ti segue qualcosa di **utile**, di **istruttivo**, a volte anche di “**ludico**”, queste persone ti seguiranno volentieri, perché farai buon uso del loro tempo e non sarai ai loro occhi il “*promoter di turno*”, *con tutto il rispetto per chi fa il promoter*.

Facendo così queste persone percepiranno il “valore” che tu costantemente dai loro, e **saranno molto più disposti a fidarsi di te e ad acquistare nel momento in cui deciderai di offrirgli i tuoi prodotti e/o servizi** (di questo momento ne parlerò in modo più specifico nei prossimi articoli).

Questo perché tu hai già dato loro qualcosa, senza chiedere nulla in cambio.



Svisceriamo insieme questo famigerato “*valore*”.

In che modo puoi dare valore alle persone che ti seguono? Quali sono i motivi che spingono i tuoi lettori a seguirti?

Si può dare valore in diversi modi, questo secondo me, é uno dei migliori e più efficaci:

Dai informazioni utili, più o meno specifiche, che siano pertinenti alla tua attività in modo diretto e indiretto.

E questo ci porta al secondo punto cardine:

2) Definisci precisamente gli argomenti da trattare nella tua Pagina.

Ti faccio un esempio, se hai una pizzeria, un tipo di informazione utile che potresti dare ai tuoi fan è: come fare a riconoscere una pizza di qualità, dando dei consigli tecnici che sai tu perché sei un professionista.

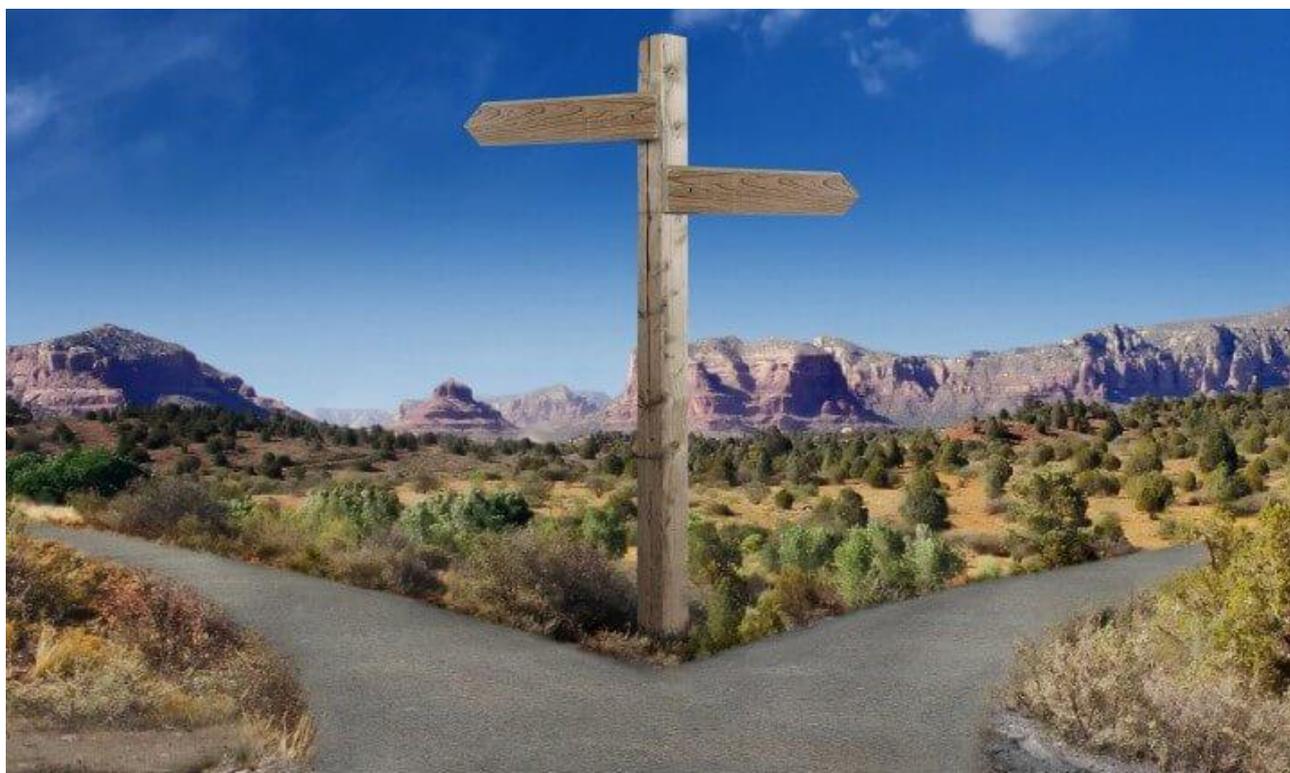
Oppure potresti insegnare loro a degustare e ad apprezzare le birre, facendo notare ad esempio le varie differenze tra l’una e l’altra, e quindi la gradazione, il coefficiente di amarezza e quant’altro.

Questi sono 2 tipi di informazioni (o contenuti) utili che riguardano **direttamente** la tua attività di pizzeria.

Ma puoi anche allargarti su temi che riguardano la tua attività **indirettamente**, quindi potrai trattare l’alimentazione in generale

o anche l'argomento salute, sempre che ci sia quel filo che collega l'argomento trattato alla tua attività.

Due strade diverse ma che “portano” comunque a ciò che offre il tuo business.



Ad esempio puoi dare informazioni riguardo i cibi di stagione, qualche ricetta particolare, o come mangiare senza affaticare l'organismo.

Se invece parlassi dei danni che fanno certi cibi a causa del colesterolo e poi nel menù avessi 100 tipi di fritto potresti risultare incoerente e questo potrebbe danneggiarti. C'è da stare un po' attenti smile

Questi due tipi di contenuto, per dare il massimo risultato dovranno essere complementari e non alternativi l'uno all'altro.

Non potrai parlare sempre di pizza e birre, perché risulteresti noioso e parleresti sempre solo di “te”, e non potrai nemmeno parlare sempre in modo generalistico di alimentazione o salute e non trattare qui argomenti che riguardano direttamente la tua attività, quelli in cui sei tu il professionista.

Per questo la complementarità tra questi 2 sistemi è la formula “magica”, quella più efficace per farti seguire dai tuoi fan.



Abbiamo notato sul campo che a volte non è semplice individuare gli argomenti da trattare, talvolta dipende dal settore, dalla reperibilità di informazioni o dalla loro produzione. A volte è necessario fermarsi un attimo a studiare bene di che cosa possiamo parlare.

Ho fatto l'esempio sulla pizzeria perché semplice e immediato.

Se hai dei dubbi o trovi delle difficoltà ad individuare i contenuti che potresti trattare scrivimelo nei commenti e ti darò qualche suggerimento.

Bene, ti sei fatto un'idea di cosa potresti pubblicare, e ora il passo successivo è trovare...

3) Dove puoi reperire queste informazioni (contenuti)

Questo è molto importante e dobbiamo vedere a fondo che implicazioni possono avere le varie scelte.

Dividiamo subito le *informazioni dirette* (direttamente pertinenti alla tua attività) e le *informazioni indirette* (pertinenti ad argomenti non direttamente collegati alla tua attività)

a) Informazioni dirette

Il luogo migliore in cui puoi trovare queste informazioni sei proprio tu. Se tu stesso produci le informazioni che poi pubblicherai sulla tua Pagina, avrai 2 vantaggi davvero importanti:

1. Ti creerai una reputazione, cioè acquisirai autorità verso chi ti legge.
2. Potrai sfruttare il fatto che l'informazione sia tua per portare le persone sul tuo sito, ad esempio potresti inserire nel tuo sito una sezione "rubrica" o "blog" e da lì condividere il tuo articolo sulla tua Pagina Facebook.

Si può fare anche diversamente: puoi condividere contenuti di qualità che siano informazioni dirette anche da un tuo "*quasi concorrente*".

Mi spiego: se ho una pizzeria posso condividere senza problemi il contenuto di un'altra pizzeria a patto che **non sia in concorrenza diretta con me**, quindi per esempio che non sia della mia stessa zona.

Questo risulta più difficile se hai un business che opera a livello nazionale, in questo caso dovrai evitare di promuovere la sua attività invece della tua.

b) Informazioni indirette

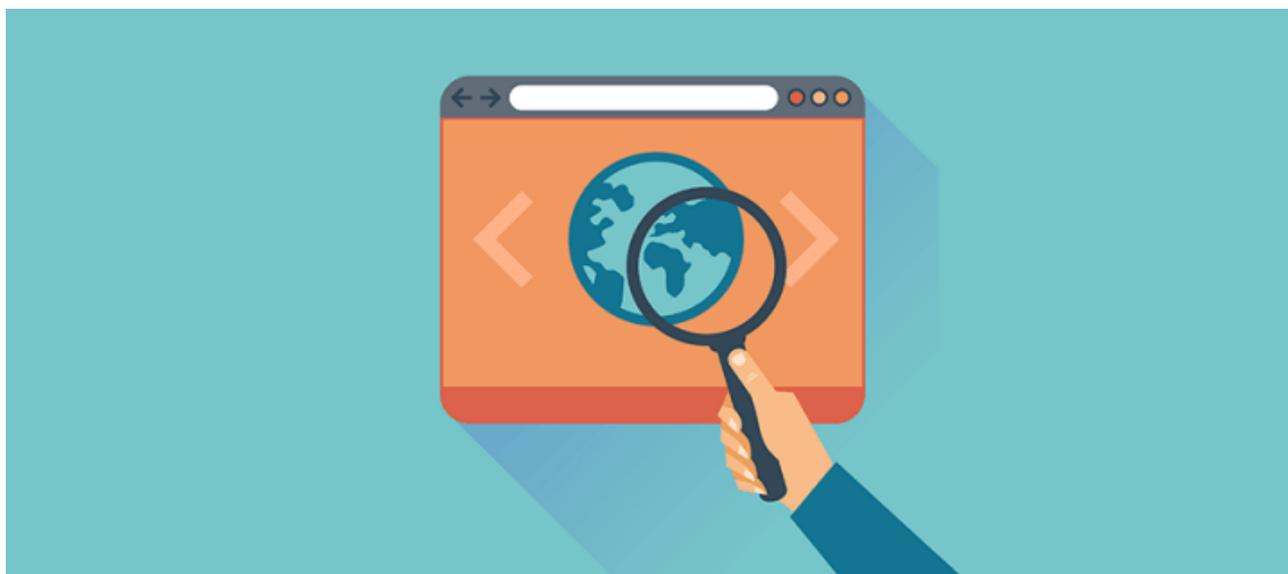
Le informazioni indirette sono solitamente **contenuti di altre pagine**, affini alla tua, che andrai a **condividere** sulla tua Pagina.

Qui il mio consiglio è che riguardo questo tipo di informazioni non sia tu a produrle, a meno che tu non sia un esperto di quel particolare argomento.

Tornando all'esempio di prima (pizzeria) probabilmente avresti le competenze per scrivere un articolo riguardo la frutta di stagione, ma probabilmente non sarebbe lo stesso se toccassi l'argomento salute. Se

ti spostassi troppo dalle tue competenze produrresti dei contenuti di bassa qualità e questo non deve succedere!

Quindi affidati ad altre pagine, dopo averne verificato la competenza, la qualità, e il fatto che non siano in competizione diretta con te.



Le fonti delle informazioni indirette

Per trovare pagine “valide” da cui condividere contenuti segui queste semplici 3 regole:

1. Devono essere attive e regolari nel pubblicare contenuti
2. Guarda quante persone le seguono e fatti un’idea di quale autorità hanno queste pagine.
3. Fai attenzione a quello che dicono le persone di questa Pagina e dei loro contenuti. Puoi fartene un’idea leggendo i commenti ai post e guardando cosa le persone pubblicano sulla Pagina in questione.

Fino a qui ti ho parlato di come dare valore dando **informazione di qualità**, ma ci sono anche altri modi per farlo, che ti accennerò qui sotto e che tratterò in modo più specifico nei prossimi articoli.

La parola chiave è intrattenimento

Non in senso stretto del termine ma in tutte le sue sfumature: intrattenimento è l’**informazione utile** di cui ti ho parlato, ma anche

un'informazione **curiosa**, un **video divertente**, oppure **una frase d'impatto** con un significato preciso, come un aforisma.

Può essere anche un album di foto... in sostanza può essere davvero molte cose, **a patto che abbiano valore per chi ci sta di fronte.**

CONCLUSIONE

In questo articolo ti ho spiegato i 3 cardini della comunicazione efficace su Facebook.

1. **Dare valore alle persone** che ti seguono
2. *Definire precisamente gli argomenti da trattare nella tua Pagina tenendo conto del tuo settore e della concorrenza*
3. *Distinguere i contenuti "diretti" da quelli "indiretti" e come farne buon uso*

Alcune delle cose che ho scritto possono sembrare banali ma ti assicuro che **la cura di questi dettagli fa la differenza se vuoi ottenere risultati concreti.**