

Corso Social Media 2020

Il corso che non ci meritiamo
Ma anche quello di cui abbiamo bisogno



ARGOMENTI

- Facebook Avanzato
- Creare post interessanti
- LinkedIn per Personal Branding e come Ambassador
- Fotografia e fotoritocco
- Girare e montare videoclip
- Instagram
- Cenni di Twitter
- Cenni di Pinterest
- YouTube
- Google Business
- TikTok
- Tools SMM

Condividere
storie uniche



Facebook

L'ALGORITMO: ORGANICO
SPONSORIZZAZIONI: PAID

MOSTRARE IL CONTENUTO



Facebook Avanzato

Gli Strumenti di Facebook

Branding: Copertina, Immagine profilo, Storia.

Utilità: info dettagliate indirizzo, orari, pulsante rapido, sito web.

Eventi della pagina!

Storytelling: descrizione, storia aziendale, prodotti e servizi

Tipi di post: solo testo, foto, video, link esterni.

Uso delle Emoji nel testo

Link in primo commento

Tag nei video e Dirette

Copy efficace: Storytelling **VS** Invito alla vendita

Community Management / Scambio / Dire la propria

ESSERE RELATABLE

Capire gli Insights



Facebook adv

BOOSTARE UN POST
SCEGLIERE IL PUBBLICO
IL GIUSTO BUDGET
METRICHE DI RIFERIMENTO
PIXEL
REMARKETING
PUBBLICO LOOKALIKE

⋮ COPY EFFICACE IN 3 ATTI



STEP 1

Apri il post catturando attenzione con una frase a effetto, non scontata



STEP 2

Descrivi la Value Added Proposition. Usa elenco puntato se applicabile.



STEP 3

Chiudi con call to action o una battuta divertente se devi intrattenere.

⋮ NARRAZIONE CON CLIFFHANGER



STEP 1

Evento esogeno muove il protagonista verso un viaggio ignoto



STEP 2

Al protagonista accade qualcosa di intrigante che lo mette in pericolo



STEP 3

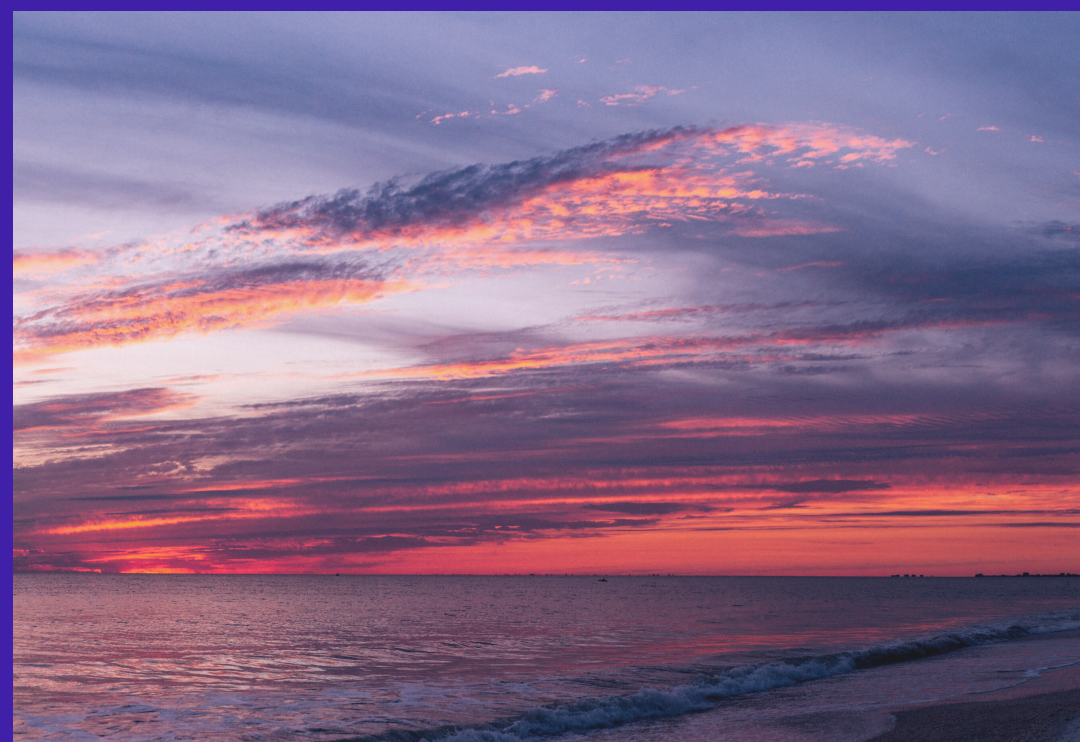
Chiusura con Cliffhanger che invita a scoprire come va finire a teatro

⋮ FOTO CHE ATTIRANO ATTENZIONE



VOLTI

Le persone sono più incuriosite da altre persone, ma la foto deve essere reale e di qualità



COLORE

Le foto con alta saturazione e forte contrasto attirano più reactions



TESTO

Il testo sulle immagini può attirare l'attenzione ma viene penalizzato da FB e Insta



Trailer Cinematografici

FOMO vs FOJI

PIÙ POSSIBILITÀ ABBIAMO
PIÙ SIAMO RESTII A SCEGLIERE
UNA ESPERIENZA



It's all about Community

Un progetto social è composto da 2
elementi: **dare valore & gestire la
community che si crea**

Fornire contenuti di valore
Creare occasioni di scambio
Condividere contenuti relatable
Autocelebrazione al minimo
Rispondere sempre ai commenti
Bannare i rompiscatole
NO REAL TIME MARKETING
NO POLITICA

DARE VALORE E GESTIRE COMMUNITY

LINKEDIN



- **Profilo**

Competenze, bio, motto, post, articoli
Pulse, competenze certificate,
raccomandazioni, nuovi test

- **Contenuti**

Lavorativamente relatable
Durata nel tempo
Link esterni

- **Pagina**

Immagini, descrizione...
HASHTAG!

- **Facebook Clone?**

Si ma No
Algoritmo, Pagine VS Profili
Possibile futuro

Esercitazione: promuovere uno spettacolo

**6 personaggi in cerca
d'autore**

Analisi e selezione del materiale,
scrittura del testo, opzioni di post da
percorrere

Fare foto migliori

Fotografia Mobile



Composizione:

- Elementi principali e secondari: sfocato e differenza colore
- Proporzione aurea
- Linee di forza
- Regola dei terzi
- Movimento
- Cornici naturali
- Elementi ripetitivi
- Uso di una quinta
- Faretti led spot
- Ringlight
- Il treppiede
- Foto Panoramiche intere
- Panoramiche esplorabili

PER APPROFONDIRE

<https://www.studioinfocus.it/capire-la-composizione-9-regole-applicate-da-steve-mccurry/>

<http://www.nonsolotecnicafotografica.it/composizione-fotografica/regole-compositive>

<http://www.waltertopino.it/10-regole-di-composizione-fotografica/>

REGOLE DI COMPOSIZIONE





Postproduzione Ritocco Mobile

Editing / Ritocco

- Raddrizzare e ritagliare
- Brillantezza e Contrasto
- Saturazione e Vividezza
- Brillantezza
- Neri
- Ombre e punti di luce
- Nitidezza
- Definizione
- Riduzione del rumore
- Bilanciamento del bianco
- Tiny Planet

iOS: Foto

Android: Snapseed

Instagram

**L'ALGORITMO: ORGANICO
F/U - INTERACTIONS
MOLTE STORIE / POCO FEED
SPONSORIZZAZIONI?
SCEGLIERE HASHTAG
GEOLOCALIZZAZIONE
PERSONAL / BUSINESS / CREATOR
COPY O NON COPY?
LINK IN BIO / SWIPE UP**

MOSTRARE IL CONTENUTO



Fare video mobile Girare e Montare



Video Shooting Nativo

- Interviste
- Microfono
- Scelta punto
- Virali da Storie
- Verticale VS Orizzontale
- Primo piano
- Dettaglio
- Pianosequenza
- OSMO
- Montare con Quik



Twitter

Pro e Contro: Uomini, Bot, Giornalisti e Politici
Hashtag e Trending Topic
Interazioni 1 to 1



Pinterest



Bacheche e Pin

Pinnare

Caricare foto

Catalogare bene

Link



YOUTUBE

IL CANALE

- Impostare il canale da desktop
- Le grafiche
- il layout canale
- Playlist
- Link in uscita ad altri social

I VIDEO

- Anteprima personalizzata
- Tag
- Descrizione
- Link in descrizione
- Embed

Principali feature

Contenuti che durano anni
Ricerca per keyword



LA PIÙ GRANDE DIRECTORY VIDEO

LA PIÙ FAMOSA BABYSITTER

Google Business



**Un social nascosto nel
motore di ricerca**

Scheda Google Business
Post



Tik Tok

TikTok fino ad agosto 2019

YT **VS** Insta Stories / Vine / TikTok

L'algoritmo?

No link / No geolocalizzazione

Copy inutile

Effetti / Musica / Hashtag / FY

Follow the trends

Entertaining / Funny / and...?

Personal Trainer / Affiliate

TikTok: BEST CAMERA EVER

TikTok

UNA GRANDE SCOMMESSA





Ottimizzare il tempo



USARE UN TOOL DI GESTIONE COME
SOCIALPILOT.CO O SIMILI

RESTIAMO IN
CONTATTO



Sergio Pinto
Geofelix



facebook.com/sergio.pinto.geofelix
facebook.com/geofelix.italia/



[@sergio.pinto.geofelix](https://www.instagram.com/sergio.pinto.geofelix)



linkedin.com/in/sergiopinto81/



www.geofelix.com/telegram



sales@geofelix.com

100%



AGGIORNAMENTI SU SOCIAL E MARKETING:

[HTTPS://T.ME/GEOFELIX_NEWS](https://t.me/geofelix_news)