

5 trucchi per comunicare efficacemente sui social network

Pubblicato il 14 Gennaio 2015 | autore *Francesco Ciniglio*

Hai aperto una **pagina aziendale su Facebook**, Twitter, LinkedIn e Google Plus, ma ora non sai cosa fare? Prima di iniziare la tua **campagna di comunicazione sui social**, devi sapere che per quanto tu possa essere abile nel creare grafiche da urlo, contenuti coinvolgenti e mettere in piedi un customer care in grado di far impallidire Amazon, **non realizzerai mai i tuoi obiettivi senza** il giusto “tone of voice”, ovvero la voce della tua azienda, la voce con la quale parli al “cuore” e al portafogli dei tuoi clienti.

La domanda a cui devi rispondere è: qual è il giusto tono di voce per promuovere il mio brand/ business/ azienda sui social? Ecco 5 trucchi per comunicare efficacemente con i tuoi lettori/ clienti su **Facebook**, Twitter, Google Plus, Instagram, LinkedIn, etc

1 – Capire la differenza fra “tono e voce”

Non potrai comunicare efficacemente sui social network finché non imparerai a distinguere fra tono e voce, due aspetti che viaggiano a stretto contatto, ma che presentano differenze sostanziali. *Cos’è la voce?* L’essenza del tuo brand o della tua azienda, la sua personalità. **Esempio?**

Pensa ad uno più aggettivi con i quali descriveresti la tua azienda e/o il tuo brand.

Cos’è il tono? Il modo in cui esprimi la tua voce sui social network, ossia la personalità della tua azienda e/o del tuo brand, adattandoti a: A) Situazione;

B) Target di riferimento;

C) Canale (ogni social necessità di un tono diverso).

In altre parole? **Come te il tuo brand ha** una personalità (voce) ben definita, che può essere modulata a seconda delle situazioni: al bar con gli amici ti comporti in modo diverso rispetto a quando sei in riunione con i colleghi, giusto? Stesso identico discorso per la tua azienda o il tuo brand: **ogni contesto, persona e situazione necessita di** uno stile diverso. La cosa fondamentale è che tu riesca a conservare la tua autenticità.

2 – Centrare l’obiettivo

Se hai compreso le differenze fra voce e tono, ti sarà chiaro che combinando questi due ingredienti alla perfezione fra loro sarai in grado di **comunicare efficacemente** con i tuoi utenti, coinvolgendoli come se stessero interagendo con un amico e non con un brand o un’azienda. In altre parole?

Voce e tono ti permettono di costruire legami, dar vita a rapporti umani, *rendere evidente che* con il tuo brand e/o la tua azienda **sei pronto a migliorare le vite dei tuoi**, offrire loro un valore aggiunto come un caro amico.

3 – Farti riconoscere

*La domanda a cui devi rispondere è: **cosa rende il tuo brand o la tua azienda** unica? Quali sono i tuoi punti di forza? Immagina di essere nel bel mezzo di una folla: cosa faresti per farti riconoscere da un amico? Quale voce, quale tono utilizzeresti?*

Ecco, **se vuoi farti** riconoscere sui social network, devi dare al tuo brand o alla tua azienda un'identità precisa attraverso una voce che sappia essere riconoscibile, entrare nell'immaginario collettivo. Come fare?

Butta giù un elenco di aggettivi che definiscono la tua azienda o il tuo brand. Fatto ciò, sviluppalà prendendo in esame le 3 C che la compongono, ovvero:

A) Community

Come parlano i tuoi lettori /acquirenti? Replicando la loro voce, sarà più facile entrare in contatto con essi.

B) Cultura

Cosa rappresenta il tuo brand o la tua azienda? Cosa ha di speciale rispetto alla concorrenza?

C) Conversazione

Cosa ha da offrire il tuo brand? Fare conversazione efficacemente significa esprimere la personalità del proprio brand o della propria azienda in maniera autentica e allo stesso tempo coinvolgere gli utenti.

Esempi?

"Apple è raffinato, innovativo e per una clientela selezionata."