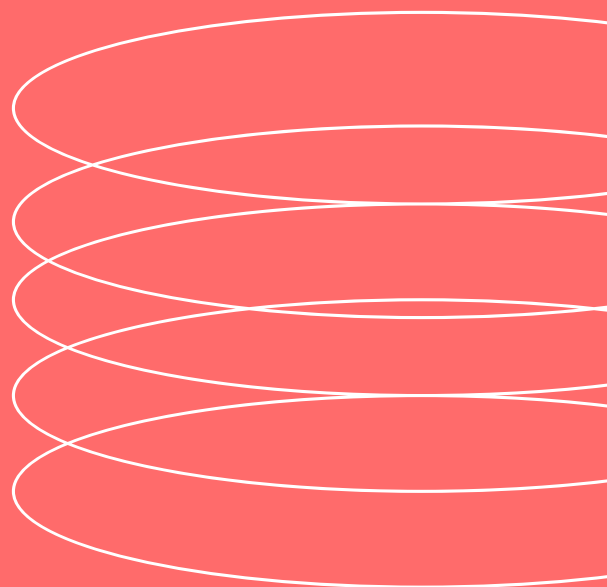



Cosa fa per te un **SOCIAL MEDIA MANAGER**

Una piccola guida per capirci di più





Cosa fa il social
media manager più
di quello che io
posso fare? Vale
davvero la pena?
Come si lavora con
un smm? Ma i social
servono davvero?

Se anche tu ti sei posto almeno una
volta queste domande

**QUESTA
GUIDA È
PER TE.**



CHI SONO E COSA FACCIO

CIAO! SONO DEMETRA TRUSSARDI

E lavoro nel mondo dei social da tre anni come libera professionista.

I social media sono dei veri e propri ecosistemi digitali e come tali vanno nutriti: lavoro sia con agenzie di comunicazione che con grandi e piccole aziende che vogliono tenere curati i propri ambienti digitali, i social in particolare.

Qui puoi scoprire il mio ecosistema:
demetrasmm.com

DI COSA PARLEREMO

1
COSA FA IL SOCIAL MEDIA MANAGER?

2
COME SI LAVORA CON UN SMM E QUALI
RISULTATI TI PUOI ASPETTARE?

3
DA DOVE INIZIARE LA RICERCA DI UN
PROFESSIONISTA?

4
COME CAPIRE SE IL SMM È UN
PROFESSIONISTA AFFIDABILE?



COMINCIAMO!

1

**COSA FA IL SOCIAL
MEDIA MANAGER?**

CHI È IL SMM?

Un Social Media Manager (SMM) è un professionista esperto nella gestione dei canali social aziendali.

Si tratta di una persona che ha studiato i principi del social media marketing e del community management e che li applica per aiutare le aziende ad avere più visibilità e clienti.

Quindi è “quello che fa i post”?

No, non solo! Anche L'AI è in grado di scrivere il testo di un post.

A differenza dell'AI, un vero professionista crea una strategia sulla base di un'analisi approfondita dei tuoi canali, dei tuoi clienti ideali e anche dei tuoi competitor.

I post sono solo l'ultimo tassello dell'applicazione di una strategia!

Aspetta... che cosa intendi con “strategia social”?

Una strategia social è un piano ben definito che descrive come la tua azienda utilizzerà i social media per raggiungere i propri obiettivi. Comprende almeno:

1
OBIETTIVI CHIARI E CONDIVISI

2
**L'ANALISI DEI TUOI CANALI, DEL
TUO PUBBLICO E DEI
COMPETITOR**

3
UN PIANO EDITORIALE

4
**LE METRICHE CHE TI
PERMETTERANNO DI VALUTARE
L'EFFICACIA DEL LAVORO**

E LA PUBBLICITÀ?

Il social media manager spesso è anche colui o colei che si occupa di sponsorizzare la tua attività sui social.

Sponsorizzare significa investire per promuovere contenuti o annunci a un pubblico mirato (anche se ancora non ti segue!).

Si tratta dello strumento più potente a disposizione per la crescita di una pagina.

L'smm può definire al meglio questo pubblico sulla base di interessi, qualifiche, abitudini, età... in modo che somigli il più possibile al tuo pubblico ideale.

CHI NON È IL SMM?

Non è un Web Developer. Deve conoscere le basi di un sito efficace, ma crearlo non rientra nel suo lavoro.

Non è un fotografo. Può aiutarti a scattare foto per i tuoi social, ma non è al livello di un fotografo professionista.

Allo stesso modo **non è un videomaker o un esperto di email marketing.**

Non è (...sempre?) un mago 🧙
Sembra ovvio, ma va ricordato!
Se il problema non sta nella comunicazione, l'smm potrà fare poco per aiutarti.

OGNI PROFESSIONISTA È DIVERSO

Alcuni smm hanno delle competenze più ampie.

Per esempio la sottoscritta si occupa anche di:

- **Copywriting per siti e blog**
- **Foto e video per i social**
- **Sponsorizzazione sui social**

Non è però automatico: ricordati di chiedere al tuo smm cos'altro sa fare e a che livello!



2

**COME SI LAVORA CON
UN SMM E QUALI
RISULTATI PUOI
ASPETTARTI?**

L'ITER DI LAVORO

PRIMO **CONTATTO**

È la fase in cui ci si conosce e si capiscono insieme le aspettative e la situazione attuale

L'ANALISI

L'smm ti chiederà un po' di tempo per analizzare le informazioni e tornare da te con un piano d'azione

IL PIANO **EDITORIALE**

L'smm ti presenterà la strategia e un piano editoriale

PIANO EDITORIALE

Un documento che definisce gli obiettivi, i temi, i messaggi chiave dei tuoi contenuti e li programma nel tempo.

ESEMPIO

DATA	FORMATO	TIPOLOGIA	SCOPO	TEMA
27/05	Immagine - Carosello	Dietro le quinte	Informare dell'esistenza del sito	Il mio sito
30/5	Immagine	Dietro le quinte	Comunicare i miei valori relativi alla comunicazione	La semplicità come valore su LinkedIn
05/07	Sondaggio	Consigli pratici	Condividere strategie efficaci	Cosa fa un social media manager?

4 LO SCAMBIO DI MATERIALE

L'smm ti chiederà le informazioni e i materiali che gli servono, ad esempio foto, video, loghi...

5 IL CALENDARIO EDITORIALE

Ti sarà presentato un documento con testi e immagini che dovrai approvare. Nulla viene pubblicato se prima non l'hai approvato tu.


6 PUBBLICAZIONE, REPORT E CALL MENSILI

L'smm si occuperà di pubblicare il materiale. Vi sentirete in call, di solito mensilmente, per scambiarvi info utili e monitorare l'attività.

CALENDARIO EDITORIALE

Un documento che contiene i veri e propri contenuti che saranno pubblicati sulle tue pagine, con testo, hashtag e immagini o video.

ESEMPIO

data	Argomento	Perché?	Testo	Immagine
27.5	Sito nuovo	Informare che il sito c'è	<p>Ecco qui il frutto delle mie fatiche: ho un sito tutto nuovo!</p> <p>Ero molto indecisa sul tema di base: volevo comunicare l'importanza della semplicità e della fedeltà a sé stessi, ma anche far comprendere come i social media siano un ecosistema digitale che va nutrito e curato in modo personalizzato.</p> <p>Alla fine ha vinto il tema dell'ecosistema, in parte per la relazione con il mio nome (legato alla terra e alla crescita), anche se la comunicazione senza fronzoli e diretta rimane uno dei miei valori fondamentali.</p> <p>Ti sarei molto grata se volessi darci un'occhiata e farmi sapere cosa ne pensi! demetrasmm.com</p>	

CHE RISULTATI PUOI RAGGIUNGERE?

Alcuni esempi sono:

- Aumento della notorietà e del passaparola
- Miglioramento nella percezione del brand
- Fidelizzazione dei clienti
- Aumento delle presenze in negozio
- Generazione di contatti di possibili nuovi clienti
- Aumento delle vendite
- Miglioramento della percezione dell'azienda da parte di potenziali candidati

NOTA BENE

Alcuni di questi risultati richiedono “più lavoro” di altri.

Per esempio, aumentare la notorietà è relativamente più facile, mentre per aumentare le vendite ci vuole più tempo. Perché?

Difficilmente fai acquisti di impulso, giusto? Prima vuoi assicurarti che l'azienda sia seria, che sia allineata ai tuoi valori, leggere le recensioni...

Per i tuoi clienti è lo stesso:
è probabile che seguano un certo percorso (vedere una tua sponsorizzata, seguire la pagina, visitare il sito più volte...) **prima di acquistare.**

L'smm è in grado di tenere traccia di questo percorso e sfruttarlo.

IN QUANTO TEMPO SI RAGGIUNGONO RISULTATI?

Dipende da caso a caso, ma calcola almeno alcune settimane tra il primo contatto e la pubblicazione del primo post.

Dopodiché, in genere propongo ai miei clienti di aspettare almeno due o tre mesi per capire se la strategia sta dando frutti.



3

**DA DOVE INIZIARE LA
RICERCA DI UN
PROFESSIONISTA?**

PIATTAFORME DI FREELANCE

Esistono diversi portali online dedicati soprattutto ai freelance: tra i più famosi per esempio c'è Fiverr.

Ti sconsiglio l'utilizzo di questi portali: funzionano bene per il pubblico anglosassone e meno per quello italiano.

Inoltre è molto difficile distinguere tra il professionista e il dilettante prima di aver pagato per il servizio.

Considera questa opzione solo se hai bisogno di una linea generale da seguire o di contenuti standardizzati.

LINKEDIN

Una semplice ricerca manuale su LinkedIn o Instagram può portarti buoni frutti.

Usa queste parole chiave:

- Social media manager + località
- Social media manager freelance
- Social media specialist
- Digital marketing specialist

Oppure puoi considerare l'acquisto di Sales Navigator, ma si tratta di un'opzione costosa e non semplice da utilizzare.

PIATTAFORME DI RICERCA DI LAVORO

La maggior parte di queste piattaforme offre la possibilità di pubblicare offerte sia gratis che a pagamento.

Puoi provare con:

- LinkedIn
- Indeed
- Infojobs

GRUPPI DEDICATI

Esistono gruppi dedicati al Social Media Management su diverse piattaforme, tra cui LinkedIn e Facebook.

Quando entri in un gruppo, ricorda di presentarti e di domandare agli amministratori se ti è permesso pubblicare la tua offerta.

EVENTI DI SETTORE E PASSAPAROLA

- Partecipare a **conferenze, workshop e seminari** sul marketing digitale ti permette di incontrare potenziali candidati e vedere le loro presentazioni e lavori in tempo reale.
- Gruppi locali di professionisti del marketing digitale spesso organizzano **incontri** dove puoi conoscere e connetterti con esperti del settore.
- **Chiedere** a colleghi, amici o altri imprenditori se conoscono un buon Social Media Manager può portarti a trovare candidati fidati e già testati.

ANDARE SU DEMETRASMM.COM

Si dà il caso che io conosca
personalmente una certa smm!

Ti lascio qui i miei contatti.

Possiamo organizzare una chiamata
senza impegno per chiarire ogni tuo
dubbio.

- **Sito web:** demetrasmm.com
- **Linkedin:** Demetra Trussardi
- **Mail:**
socialgarden@demetrasmm.com



4

**COME CAPIRE SE IL SMM
È UN PROFESSIONISTA
AFFIDABILE**

Congratulazioni: hai trovato un smm per la tua attività.

Ma come capire se si tratta di un professionista affidabile?

1. **Chiedigli CV e portfolio** con gli esempi dei lavori passati
2. Dai un'occhiata ai suoi **social professionali**
3. **Non giudicarlo sulla base dei social personali** (anche a noi piace pubblicare post nonsense per i nostri amici di tanto in tanto).
4. Verifica se possiede **un sito web**
5. **Presta attenzione alle domande che ti fa.** Tante domande mirate sono un buon segno.
6. Verifica che ti presenti una **strategia e report** dettagliati dell'attività.



HAI ALTRE DOMANDE?

Sentiamoci senza impegno per capire di che cosa i tuoi canali social hanno bisogno per fiorire davvero.

Scrivimi a socialgarden@demetrasmm.com, seguimi su LinkedIn per conoscermi meglio e se puoi fammi sapere se ti è piaciuta questa guida.

Ne arriveranno altre!