La forza della condivisione

scritto da Agnese Ceschi | 11 Agosto 2021



Condividere è al giorno d'oggi vitale più che mai. Un tempo la condivisione era solo verbale o tramite i mezzi di comunicazione tradizionali, oggi si svolge in gran parte sui social media. Studi recenti dimostrano che la narrazione che si crea sui canali social è indispensabile per l'identità di un brand, ma ancor di più per sviluppare un potenziale di vendita interessante.

Ci sono tre straordinari vantaggi della condivisione sui social (***social sharing***), cioè quando qualcuno condivide i tuoi contenuti sui propri canali di social media. Vediamo assieme i **3 vantaggi individuati** dall'esperto di marketing e comunicazione **Mark Schaefer**, executive director di Schaefer Marketing Solutions, nonché autore di best seller sul digital marketing.

1 Quando le persone condividono i tuoi contenuti, stanno

facendo una **dichiarazione chiara di ciò che amano**, supportano, ritengono di valore e questo è il miglior alleato al marketing aziendale.

2 **Oltre il 75% degli adulti afferma che i propri acquisti sono influenzati da ciò che vedono condividere dagli amici sul web**. Quindi se le persone condividono i contenuti, alla fine questo potrebbe influenzare il comportamento di acquisto. Un aumento della condivisione sui social è un indicatore importante di un aumento delle vendite.

3 I **contenuti condivisi sui social aiutano a definire il brand**. Un tempo un brand era solo quello che l'azienda diceva o comunicava; oggi, un brand è ciò che le persone si raccontano. Quindi alimentare questa narrativa è importante.

Sviluppate queste premesse, ora non rimane che capire cosa serve per convincere le persone a condividere?

Cosa?

Quello che pubblichiamo deve essere condivisibile. Sembra un'affermazione banale ma essenziale: i contenuti devono essere profondamente pertinenti, interessanti, tempestivi e divertenti. Devi sintonizzarti costantemente sul tuo pubblico e adattarti alle esigenze, ai gusti e alle tendenze in evoluzione.

Come?

Non puoi semplicemente riversare i contenuti nel mondo social e sperare che accada qualcosa. Devi impegnarti costantemente in modo da incoraggiare la condivisione.

Chi?

Infine, devi sapere chi sta condividendo i tuoi contenuti. Queste sono le persone speciali che stanno guidando il valore economico del tuo sforzo di marketing dei contenuti.

In sintesi, per promuovere la condivisione sui social come metrica di successo, devi creare contenuti ottimizzati, impegnarti attivamente sui social media e premiare i tuoi migliori sostenitori.