

Sui social siate sinceri interessanti riconoscibili e fedeli a voi stessi

scritto da Alice Alberti | 18 Maggio 2017



Fin dall'inizio della nostra intervista abbiamo capito che Randall Graham è una persona a cui piace scherzare. Stando al suo racconto, si è appassionato al vino per caso, è diventato produttore, fondando la sua azienda "Bonny Doon Vineyard" a Santa Cruz in California, per caso ed altrettanto per caso è diventato un wine influencer su Twitter. Più che per caso, crediamo invece che il suo seguito di oltre 320.000 follower sia il risultato di un mix di innato sense of humour, competenza e curiosità.

Chi è il wine influencer? In cosa consiste il tuo lavoro?

Non credo che possiamo definire quello di “wine influencer” un lavoro. Penso che ci si possa ritrovare ad esserlo per caso e ci si arrivi seguendo percorsi anche molto diversi. La mia opinione è che la qualità più importante del “wine Influencer” sia possedere un modo di porsi alternativo, che in qualche modo lo faccia emergere. In altre parole, questa persona deve essere qualcuno che diffonde informazioni sul vino in modo diverso dagli altri e idealmente in una forma che sia al contempo utile e divertente.

Come è nata la tua passione per il vino?

La mia passione per il vino è nata un po’ per caso. Ho cominciato ad aggirarmi per le enoteche quando ero giovane e non avevo ancora l’età legale per bere. Successivamente, compiuti i 21 anni, ho trovato la mia enoteca di fiducia e lì ho aperto un conto. Non molto tempo dopo, sono finito a lavorare per quell’enoteca e ho avuto la grande fortuna di entrare a contatto con vini pregiati che mi hanno dato la motivazione per entrare nel mondo enologico in prima persona, fondando nel 1981 la mia azienda “Bonny Doon Vineyard”. I vini mi hanno sempre affascinato in un modo unico e questa esperienza è stata fondamentale per me, all’epoca giovane uomo in cerca di capire cosa fare della mia vita.

Perché hai iniziato a postare contenuti sul vino sui social network?

Forse perché la mia solitudine interiore mi ha spinto a comunicare con gli altri esseri umani. Più probabilmente solo per curiosità di provare cose nuove e condividerle.

Qual è il motivo per cui hai così tanti follower? Qual è il tuo segreto?

È un mistero! In realtà penso che sia stato in gran parte un fortuito incidente. Mi è stato chiesto da un dirigente di Twitter, che casualmente è un appassionato di vini, se potevo fare una degustazione speciale per i dirigenti esecutivi di Twitter, e condividere con loro alcune delle cose folli a cui sono interessato. Ho organizzato la più eccentrica degustazione tecnica che io abbia mai ideato, ed è stata molto apprezzata. Poco tempo dopo Twitter mi ha “raccomandato” ai loro follower e in breve ho acquisito moltissimi seguaci, molti dei quali, ne sono abbastanza sicuro, non conoscono l’inglese e magari non hanno alcun interesse per il vino.

Così, di fronte a tante persone che mi seguivano, ho capito che non avevo altra scelta, e che per tener fronte alla loro (forse mal riposta) fiducia in me, ho gradualmente imparato ad essere un Twitterer abbastanza divertente e interessante.

In base alla tua esperienza, che consigli daresti alle aziende del vino che vorrebbero migliorare la loro visibilità sui social network?

Quattro cose sono fondamentali per me: siate sempre sinceri, interessanti, riconoscibili e rimanete sempre voi stessi. Non sopravvalutate il vostro parere e non diventate tediosi. Mescolate vari argomenti, così la gente non si annoierà e rimarrà sintonizzata con voi.

Credo di aver sentito dire da qualche parte che il vero segreto per avere successo nei social media è lo stesso che per aver successo nella vita reale. Questa frase mi ha fatto molto riflettere e sono arrivato alla conclusione che su Twitter sono anche più spiritoso che nella vita reale, visto che ho l'opportunità di ragionare su quello che scrivo.

www.bonnydoonvineyard.com/blog/

twitter.com/RandallGrahm