



FACEBOOK PER LIBERI PROFESSIONISTI!

I 10 passi per acquisire
NUOVI CLIENTI e PROMUOVERSI
con FACEBOOK



INTRODUZIONE

Il mondo professionale legato a vecchi stereotipi sembra non accorgersi che è in atto una nuova **"rivoluzione industriale"** che sta stravolgendo il mondo del lavoro e anche se inconsapevolmente ne accettiamo le regole.

Giorno dopo giorno ci accorgiamo che non possiamo più fare a meno dello smartphone dove sono custoditi milioni di nostri dati che sempre inconsciamente offriamo gratuitamente al mondo digitale.

Siamo in pieno cambiamento siamo nell'era dove il vero potere è dato dalla conoscenza dell'informazione.

Ma per un momento interrogiamoci per capire **chi sono questi colossi che detengono e utilizzano i nostri dati?**

Uno tra tutti è google che ha capito che attraverso le nostre "ignoranti" ricerche è possibile tracciare vari profili di utenti e addirittura anticipare azioni.

Immaginate se in una determinata zona del globo terrestre (geolocalizzazione) viene interrogato google sui sintomi di raffreddamento, lui ha la possibilità di anticipare e circoscrivere l'eventualità di un focolaio di influenza.

Altra potenza indescrivibile del dato sono i social (facebook, LinkedIn, Instagram ecc..).

I social hanno cambiato il nostro modo di vivere e non solo immagazzinato miliardi di dati ma hanno creato dipendenza.

Esempio tangibile è osservare quante persone al ristorante aspettando le pietanze continuano a smanettare sullo smartphone e quante persone di esse sono collegate a Facebook.

Se stai leggendo questa guida operativa è perché ti sei accorto di questo cambiamento dei costumi e che è il momento di adeguarsi e cavalcare questo cambiamento.

Hai CAPITO che occorre acquisire al più presto le nuove competenze se non si vuole rimanere indietro rispetto agli altri, rischiando inutilmente di NON sopravvivere.

Effettivamente, durante il percorso scolastico e durante i corsi di aggiornamento e seminari tecnici, non si è mai parlato di acquisire questa **COMPETENZA** per l'esercizio della libera professione.

Sto parlando dell'abilità di **PROMUOVERSI** e saper comunicare la propria differenza, per affermare la PROPRIA AUTORITA'.

Per poter far questo la prima cosa da fare è aprire un profilo Facebook per poter gestire una pagina che riunisca una comunità di persone interessate a ciò che fai.

Leggendo questa guida devi sapere che sei nettamente in vantaggio rispetto a chi sta ignorando la miriade di possibilità che si nascondono dietro a questo Social Network.

Il famoso PASSAPAROLA che avveniva prima a livello locale oggi avviene in maniera virtuale, attraverso il Social Network più popolare d'Italia e tra migliaia di persone.

E' possibile acquisire nuovi clienti attraverso Facebook!

Sempre più spesso, le persone che hanno un problema cercano la soluzione con Internet.

Se vogliamo cercare informazioni su una persona o su un professionista 99 su 100 si effettua una ricerca su Facebook, per curiosare e saperne di più.

Perfino le aziende prima di assumere ricercano e analizzano il soggetto su Facebook, quindi essere presenti risulta importante quasi obbligatorio.

Oltretutto i Social hanno la peculiarità di trasmettere il carattere e il volto umano del professionista a cui l'utente deve affidarsi.

Questo significa che se vogliamo cavalcare il trend di essere su internet, dobbiamo abbattere le barriere che si frappongono tra noi e il potenziale cliente. Per far questo bisogna costruirsi un vantaggio competitivo distinguendosi e ponendosi in maniera autorevole.



1. Come utilizzare Facebook per la tua Professione?

Ogni giorno, un italiano si collega su Facebook per 1 ora e 60 minuti da mobile, tecnologia sempre più centrale nella vita quotidiana, pertanto bisogna ottenere il massimo vantaggio da questo strumento che peraltro è gratuito.

I vantaggi che si possono ottenere sono:

Farsi conoscere da potenziali clienti

Farsi apprezzare dalle persone costruendo relazioni

Essere riconosciuto come Professionista Autorevole

Per far questo bisogna utilizzare una strategia efficace che pochi utilizzano e farlo in maniera **sistematica e costante**.

Bisogna dedicare una parte della propria giornata a pubblicare delle notizie, a socializzare con i tuoi utenti e a condividere notizie del tuo settore di altre fonti.

2. Il profilo personale o la pagina?

Bisogna chiarire sin dall'inizio una cosa importante che non bisogna confondere il **profilo personale** con la **pagina professionale** che sono due strumenti progettati per fini diversi. Si possono integrare, ma non devono mai sovrapporsi.

- il profilo personale serve per restare in contatto con i propri amici (massimo 5000 amici)
- la pagina professionale serve per promuoversi (numero illimitato di fan).



Ma perché parliamo di profili personali se poi quello che ci interessa è la pagina professionale? Perché senza il profilo personale non è possibile gestire nessuna pagina professionale!

3. Come creare il profilo?

Per registrarti bisogna connettersi al sito www.facebook.com ed inserire:

- il tuo nome e cognome (attenzione è obbligatorio inserire quelli reali)
- fornire un indirizzo di posta elettronica
- impostare una password

Dopo la registrazione bisogna completare il profilo inserendo i seguenti dati:

- aggiungere una copertina situata all'interno dell'area grigia
- caricare una foto immagine



4. Perché tante informazioni?

La maggior parte delle informazioni richieste sono facoltative, ma fornirle presenta molti vantaggi:

- aiuterà facebook ad associare il tuo profilo ad altri profili con interessi simili
- diventerai più facilmente riconoscibile ai tuoi vecchi contatti
- un profilo completo trasmetterà un'immagine positiva di te e del tuo operato

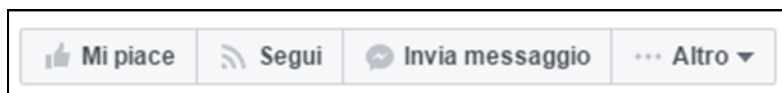
Come abbiamo detto precedentemente essere riconosciuti come persone affidabili non potrà che giovare alla tua professione, quindi è necessario prestare attenzione alla foto e al nome scelto per il profilo, alle informazioni inserite e a ciò che si pubblica.

Diffondere un'immagine positiva di te non potrà che aiutarti nel tuo percorso professionale.

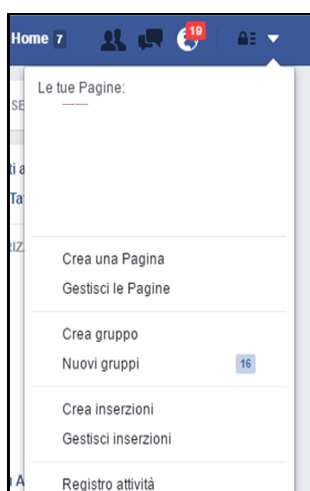
5. E la pagina professionale?

Da un punto di vista operativo una pagina è simile a un profilo personale, la differenza principale consiste nella sua funzione.

E' necessario ricordare che le pagine non hanno amici ma fan che gradiscono l'argomento. Diventare fan di una pagina è molto facile è sufficiente visitarla e premere il pulsante **"Mi piace"**



La pagina professionale è uno strumento gratuito che offre grandi potenzialità a chi vuole promuovere la propria attività



Creare una pagina è molto intuitivo, basta seguire le indicazioni.

Le cose principali da inserire sono:

- inserimento di una breve descrizione dell'attività
- l'impostazione dell'indirizzo web su Facebook ("Ingegnere Rossi Mario" oppure "Studio Tecnico Engineering")
- l'indicazione dell'eventuale sito web del creatore della pagina



6. Come pubblicare contenuti?

Postare contenuti su Facebook è molto semplice ed è possibile inserire:



- un aggiornamento di stato
- condividere delle foto o video
- creare un'offerta, un evento o un traguardo
- condividere link a siti esterni

7. Ma cosa postare?

Regola generale non scritta è che facebook è un social di intrattenimento di facile lettura, quindi i vostri post **non dovranno essere immediatamente riconducibili alla vendita dei tuoi servizi**, ma dovranno servire solo ad **aumentare la tua reputazione e a mantenere viva la relazione con il tuo pubblico.**

Il messaggio indiretto da far arrivare è che tu sei in grado di risolvere i loro problemi.

Questa capacità comincia dalla qualità dei contenuti che si pubblicheranno.

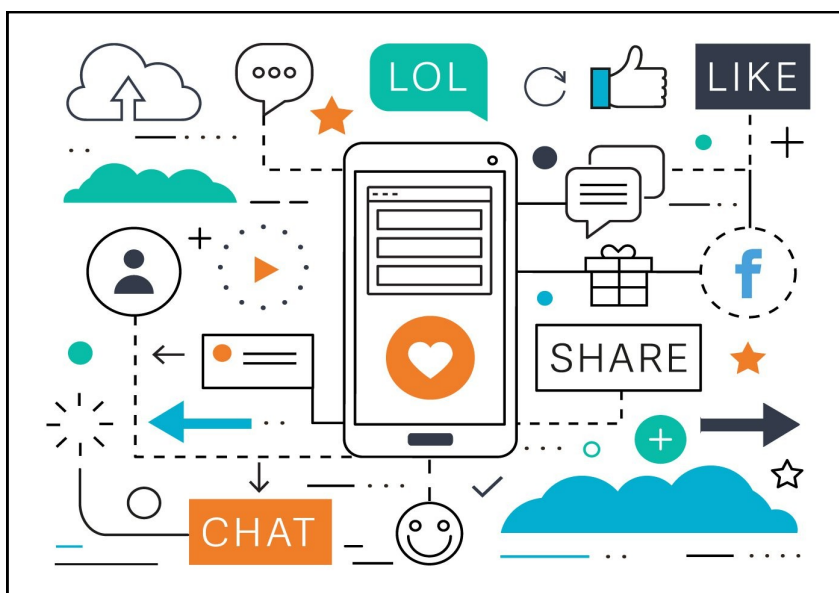
8. Quanto e quando pubblicare?

L'unica regola fissa che vige su Facebook è la **COSTANZA**.

Decidete di creare post con una certa frequenza (almeno un post al giorno) e perseverate regolarmente nel tempo.

Quando postare?

Anche qui non esiste una regola fissa in linea di massima gli orari migliori per pubblicare sono dalle 13,00 alle 14,00 e dalle 21,00 alle 23,00.



9. Quando un post diventa virale?

Un post diventa virale quando lo stesso post viene **condiviso** dai tuoi amici e fan sui loro profili Facebook.

Questa visibilità si traduce in:

- nuovi fan
- nuove iscrizioni al tuo blog
- nuovi potenziali clienti

Solitamente questi post sono le cosiddette "bandiere sociali" immagini con del testo che rispecchiano le tue idee.

Esempi di bandiere sociali:



Post di condivisione di un evento:



10. Cosa è Facebook Ads (a pagamento)?

Ormai i contenuti di Facebook sono tantissimi e solo il 3% di quello che pubblicherai diventerà virale per i tuoi fan.

Pertanto Facebook ha ideato il post **"Sponsorizzato"** che con pochi euro può essere messo in evidenza e arrivare al tuo pubblico di riferimento creando presenza e autorevolezza

Esempio di video sponsorizzato:



CONCLUSIONI

Abbiamo visto come grazie alla diffusione di questo social (solo in Italia esistono 24 milioni di account e sono più di 1 miliardo in tutto il mondo) e alle sue caratteristiche di viralità, una pagina professionale possa rapidamente trasformarsi in una interessante leva **per affermare la tua autorevolezza e acquisire nuovi clienti.**

L'importante è che la pagina sia costruita in modo efficace attraverso una **individuazione del target**, la **coerenza** e la **qualità** dei contenuti e che sia tenuta in vita **costantemente** il resto verrà da solo ;)



FACEBOOK PER LIBERI PROFESSIONISTI!

Ing. MILAZZO LAURA
CEO Myestimate

