

La gestione dei social network per l'export

31 luglio 2023

Il social network sono tra gli strumenti digitali più diffusi e usati in ambito globale, dunque delle ottime piattaforme per far conoscere i nostri prodotti e le nostre aziende nei mercati internazionali.

Ciò è dovuto ai seguenti fattori:

- **Larga diffusione:** I social network offrono un'ampia portata globale con miliardi di utenti in tutto il mondo. Questo significa che un'azienda può raggiungere potenziali clienti in mercati esteri in modo rapido ed efficiente. Creando un profilo aziendale sui principali social network, come Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn tra gli altri, l'azienda può condividere informazioni, annunci, foto e video per raggiungere un pubblico internazionale interessato ai loro prodotti o servizi. Questi i numeri: Facebook (2,9 miliardi di utenti); Youtube (2,5 miliardi di utenti); WhatsApp: (2 miliardi di utenti); Instagram: (2 miliardi di utenti); Weixin/WeChat: (1,3 miliardi di utenti); Facebook Messenger: (1,1 miliardi di utenti); TikTok (1 miliardo di utenti); LinkedIn (830 milioni di utenti).
- **"Gratuità" delle piattaforme:** queste piattaforme sono "gratuite". Il virgolettato è dovuto al fatto che quando un prodotto/servizio è gratuito, il prodotto/servizio siamo noi. Noi paghiamo indirettamente fornendo i nostri dati che poi vengono usati dalle piattaforme per indirizzare le campagne pubblicitarie. Ma in ogni caso il costo è molto più basso rispetto alle classiche attività promozionali (TV, giornali, ecc.) anche quando usiamo le campagne a pagamento.

I vantaggi dell'utilizzo dei social per l'export

Usando correttamente questi strumenti possiamo avere i **seguenti vantaggi:**

Canale di comunicazione diretto con i clienti

È essenziale per comprendere e **soddisfare le esigenze dei consumatori stranieri**. Le aziende possono utilizzare i social media per rispondere alle domande dei clienti, fornire assistenza, raccogliere feedback e gestire eventuali problemi. Questa interazione diretta può aiutare l'azienda a **sviluppare relazioni di fiducia** con i **clienti internazionali** e ad adattare i propri prodotti o servizi per soddisfare le loro esigenze specifiche.



Autore



Michele Lenoci

Avvocato d'Impresa esperto in direzione e organizzazione aziendale per l'export

Raccolta di dati demografici e comportamentali dei consumatori

Questi dati possono essere utilizzati per condurre **ricerche di mercato approfondite sui consumatori internazionali**, comprendere meglio le **tendenze di mercato**, **identificare opportunità di espansione** e adattare le strategie di marketing. L'analisi dei dati dei social media può fornire informazioni preziose sull'interesse dei consumatori stranieri per i prodotti o servizi dell'azienda e guidare le decisioni di espansione.

Connessione con altre aziende, influencer o partner potenziali in mercati esteri

Queste collaborazioni possono aprire **nuove opportunità di business**, come la distribuzione dei prodotti, la promozione congiunta o lo sviluppo di nuove linee di prodotti.

Le azioni essenziali per la gestione corretta dei social

Quasi tutte le aziende hanno dei profili social, ma spesso sono inutilizzati, facendo perdere questa ottima opportunità promozionale. Vediamo quali sono le azioni essenziali che bisogna fare:

Scegli i social network appropriati

Non tutti i social network sono uguali o popolari in tutti i paesi. Scegli i social network **più adatti al tuo pubblico target nel mercato di destinazione**. Ad esempio, se stai cercando di raggiungere un pubblico più giovane, potresti concentrarti su piattaforme come Instagram e TikTok. Se invece stai cercando di connetterti con professionisti o aziende, LinkedIn potrebbe essere la scelta giusta.

Crea un profilo aziendale coerente

Assicurati di creare profili aziendali coerenti **su tutti i social network che hai selezionato**. Utilizza il logo e i colori del marchio in modo consistente per creare un'immagine di marca riconoscibile. Completa tutte le informazioni aziendali pertinenti, come la descrizione dell'azienda, il sito web e i contatti.

Genera contenuti di valore

La creazione di contenuti di valore è fondamentale per coinvolgere il tuo pubblico internazionale. Offri **informazioni utili**, condividi **notizie pertinenti al settore**, crea **foto e video accattivanti** e partecipa alle **conversazioni relative al tuo settore**. Cerca di mantenere un equilibrio tra contenuti promozionali e contenuti informativi o di

intrattenimento per mantenere l'interesse del pubblico. Non ragionare con la tua testa ma con la testa dei tuoi utenti.

Scegli le lingue corrette da usare

Scrivi i post **nelle lingue dei paesi obiettivo**, non limitarti solo all'inglese.

Crea una lista di hashtag

Crea una lista di hashtag da usare, in particolare se lavori su Instagram e TikTok, anche qui **nelle lingue dei paesi obiettivo**.

Scegli la frequenza di pubblicazione

L'ideale sarebbe ogni giorno, ma pubblicare **almeno 3 volte la settimana su Facebook, Instagram e LinkedIn**, mentre **TikTok** richiede **anche più volte al giorno**. Pubblicare una volta ogni 10 giorni sui social è uguale a non pubblicare nulla.

Coinvolgi il pubblico e rispondi attivamente

Sii **proattivo nell'interazione con il tuo pubblico sui social network**. Rispondi alle domande dei clienti, ringrazia per i commenti positivi e affronta eventuali critiche o problemi in modo tempestivo ed efficace. L'interazione attiva con i clienti contribuirà a costruire relazioni di fiducia e a dimostrare l'impegno dell'azienda verso il mercato estero.

Monitora e analizza i risultati

Utilizza gli strumenti di analisi forniti dalle piattaforme dei social network per monitorare le prestazioni delle tue attività di marketing. Monitora le metriche chiave, come l'**engagement** (rapporto tra numero di followers e coloro che interagiscono con i tuoi post), il **numero di follower**, i **click** sui link e le **conversioni**. Analizza i dati per identificare ciò che funziona e ciò che non funziona, e apporta le modifiche necessarie per migliorare le tue strategie di esportazione sui social media. Vedi chi ha messo "mi piace" ai tuoi post, potrebbe essere un potenziale cliente.

Ricorda che l'utilizzo dei social network per l'esportazione richiede **tempo, impegno e costante adattamento alle esigenze** e alle **preferenze del pubblico di destinazione**.

Bisogna essere pazienti e sperimentare diverse strategie per trovare ciò che funziona meglio per la tua azienda.