



# GESTIONE SOCIAL

*Passo dal telefono dritto al cuore del cliente*

## INTRODUZIONE

# GESTIONE SOCIAL MEDIA PER AZIENDE

***Negli ultimi anni i social media non sono più un optional ma un pilastro della comunicazione digitale. Con l'esplosione degli utenti, le aziende hanno compreso che non bastava "esserci": serviva una gestione professionale.***

- *Nasce l'esigenza di un Social Media Manager: in passato i social venivano affidati a stagisti o a "chi conosce Facebook", ma oggi questo approccio non è più sufficiente. Una gestione professionale richiede analisi del brand, strategia e contenuti di qualità.*
- *Vantaggi del professionista: affidarsi a esperti porta a una maggiore efficacia comunicativa e a un risparmio di tempo significativo. Un team dedicato lavora con competenze mirate, garantendo rapidità ed evitando dispersione di risorse.*
- *Obbligatorietà percepita: non avere una gestione social strutturata equivale a restare fuori mercato. Ormai tutte le aziende, grandi o piccole, hanno almeno un canale social attivo e pianificato.*

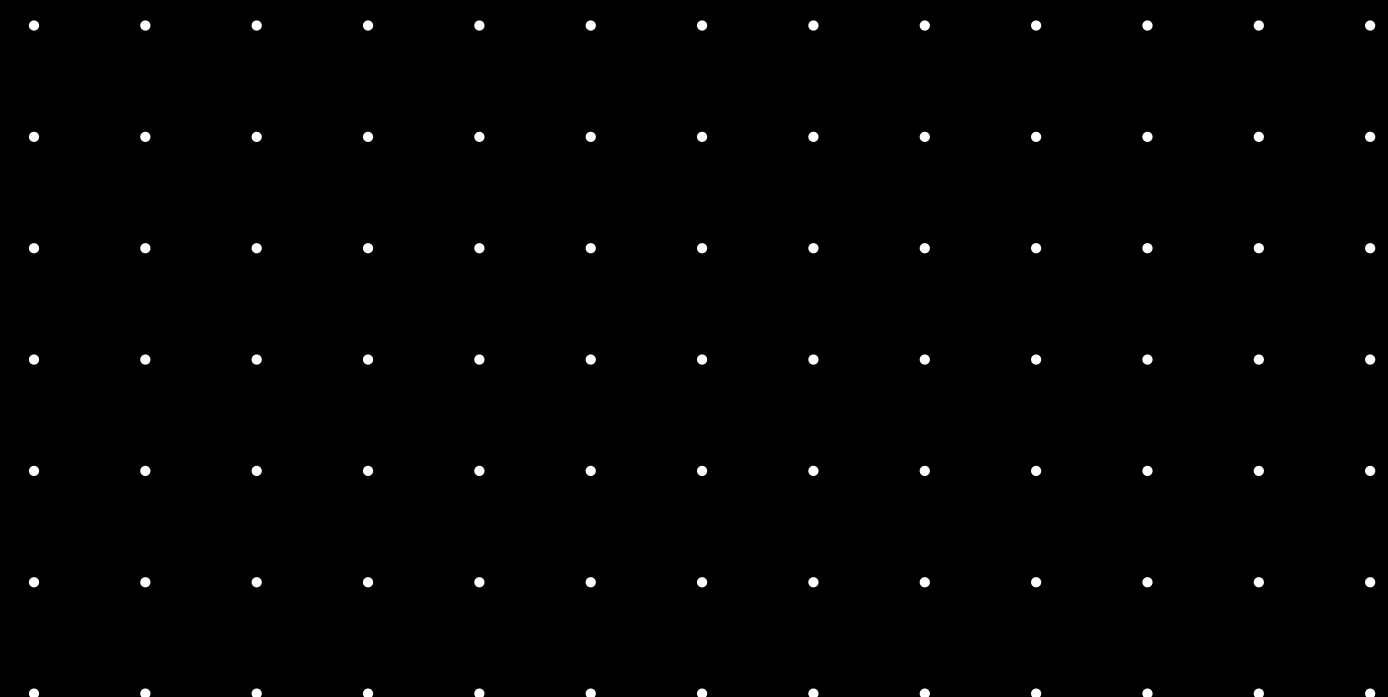




# AZIENDE B2C: CHI NE BENEFICIA

Il Social Media Management è particolarmente strategico per le imprese B2C che vogliono farsi vedere dai consumatori finali.

- **Ristorazione e locali:** ristoranti, bar, pub, pizzerie e caffetterie che promuovono menu, eventi e offerte.
- **Turismo e ospitalità:** hotel, B&B, agriturismi che mostrano struttura, esperienze e recensioni.
- **Intrattenimento:** sale giochi, cinema, palestre, eventi culturali.
- **Retail e moda:** negozi di abbigliamento, accessori, design e cosmetica.
- **Bellezza e benessere:** saloni, estetiste e centri fitness.
- **Servizi alla persona:** attività legate al benessere quotidiano.





## CASE STUDY



### PIZZERIA A – GESTIONE SOCIAL PROFESSIONALE



#### STRATEGIA ADOTTATA:

- Shooting fotografici mensili di piatti, personale e ambiente.
- Piano editoriale: 3 post a settimana + stories quotidiane.
- Campagne sponsorizzate geolocalizzate (target: 20–40 anni, amanti del food).
- Coinvolgimento tramite quiz, sondaggi, giveaway.
- Report mensili con analisi delle performance e ottimizzazione.

### PIZZERIA B – GESTIONE SOCIAL FAI-DA-TE



#### STRATEGIA ADOTTATA:

- Foto fatte con lo smartphone, scarsa qualità visiva.
- Pubblicazione irregolare: 1–2 post al mese, stories pressoché assenti.
- Nessuna sponsorizzazione o strategia pianificata.
- Nessun coinvolgimento attivo con commenti o messaggi.
- Zero analisi dati o ottimizzazione.



## CASE STUDY

### PIZZERIA A – GESTIONE SOCIAL PROFESSIONALE



Risultati realistici (basati su progetti reali):

- Incremento impression e visibilità web → fino a +1691% di ordini online (riferimento a un case reale)
- Crescita reale dell'engagement e brand awareness: ad esempio, Porto's Pizzeria ha quintuplicato il coinvolgimento sui social in un anno.
- Una campagna ben gestita ha triplato incassi nei weekend (San Valentino nel caso specifico di una pizzeria, con spese per inserzioni volatili ma efficaci).



### PIZZERIA B – GESTIONE SOCIAL FAI-DA-TE

Risultati realistici (supposti, coerenti con analoghi contesti reali):

- Follower: +50–200 in 6 mesi (da 500 a 550–700).
- Engagement quasi nullo (<1%).
- Nessun aumento tangibile di ordini o prenotazioni via social.
- Immagine percepita come statica, senza attrattività.



# TABELLA DI CONFRONTO REALISTICA



ASPETTO	PIZZERIA A (PROFESSIONALE)	PIZZERIA B (FAI-DA-TE)
<b>Follower social</b>	+3.000–5.000 in 6 mesi	+50–200 in 6 mesi
<b>Engagement rate</b>	~5–10%	<1%
<b>Ordini online</b>	+200%–300%	Nessun cambiamento significativo
<b>Eventi/speciali</b>	+200% incasso nei weekend/promozioni	Nessun impatto
<b>Brand image</b>	Moderno, accattivante, riconosciuto	Anonimo, trascurato
<b>Community (UGC)</b>	Attiva, con clienti che taggano il locale	Inesistente



## ELEMENTI CHIAVE DI UNA GESTIONE SOCIAL COMPLETA

**Una gestione social professionale richiede competenze e strumenti che spesso chi non è del mestiere non conosce.**

- Strategia mirata: definizione di obiettivi chiari, analisi del brand e del target.
- Ottimizzazione dei profili: account completi, coerenti e aggiornati.
- Piano editoriale mensile: programmazione di contenuti vari e coerenti.
- Produzione di contenuti di qualità: testi curati e foto/video professionali.
- Gestione campagne advertising: annunci mirati per aumentare portata e conversioni.
- Community management: risposte tempestive a messaggi e commenti.
- Collaborazioni e influencer: partnership strategiche per ampliare la visibilità.
- Monitoraggio e analisi dati: report regolari per valutare performance e correggere la strategia.
- Strumenti professionali: software per pianificazione, grafica e analytics.





# COME SI SVOLGE IL LAVORO DI GESTIONE



**CONSULENZA INIZIALE**

**PRIME BOZZE DEI CONTENUTI**

**DEFINIZIONE DEL BUDGET E  
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

**CALENDARIO EDITORIALE E  
PROGRAMMAZIONE**

**PIANIFICAZIONE SHOOTING  
FOTOGRAFICO**



# 1. CONSULENZA INIZIALE

**Il primo passo è un incontro di analisi e ascolto.**

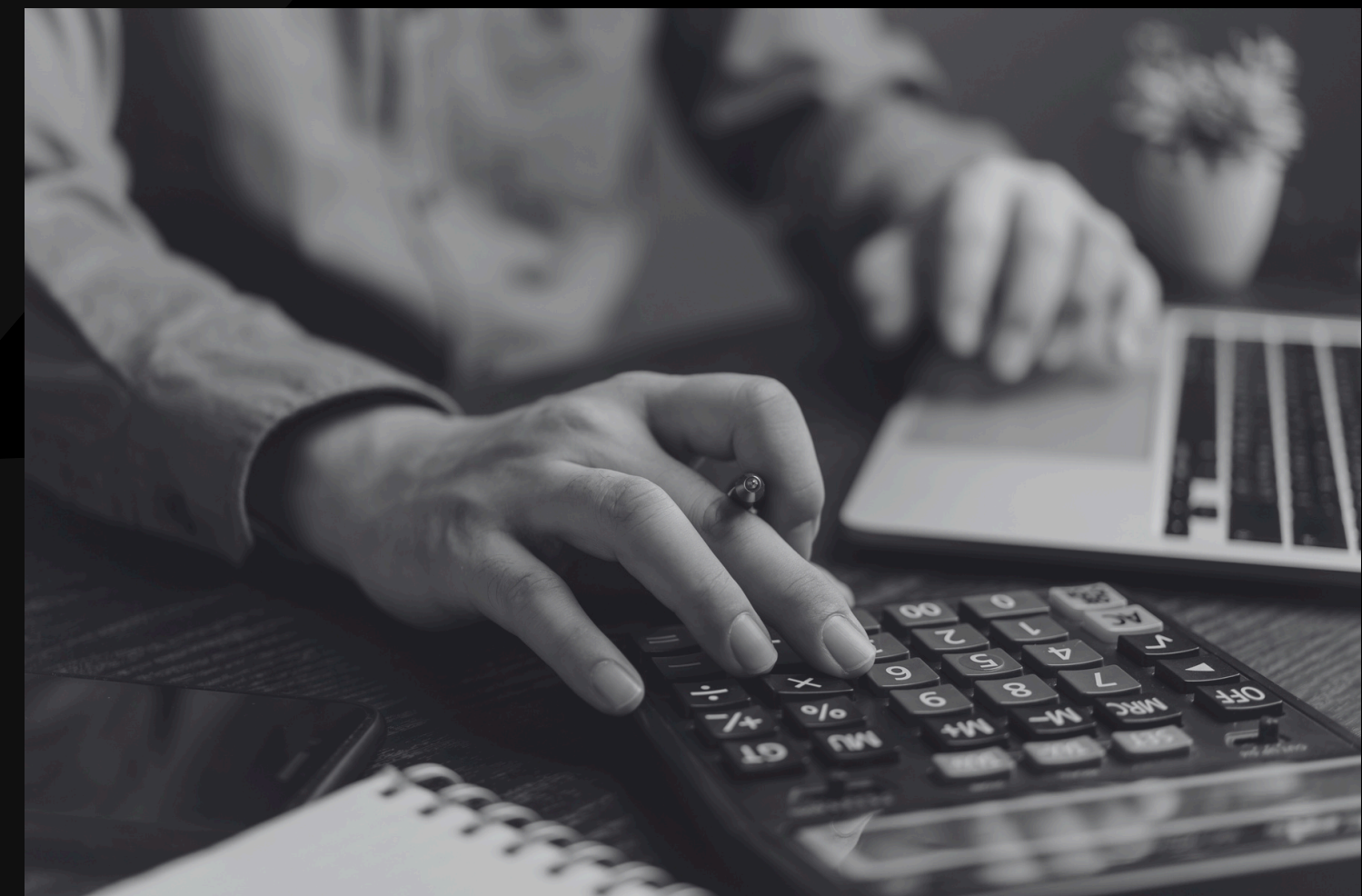
- **Si definiscono gli obiettivi concreti (più clienti, più prenotazioni, aumento notorietà, lancio di un nuovo prodotto, ecc.).**
- **Si analizza lo stato attuale dei social e si danno consigli pratici per migliorare subito la presenza online.**
- **Si individua il tono di voce e l'immagine coordinata che guiderà tutta la comunicazione.**





## 2. DEFINIZIONE DEL BUDGET E DELLE SPONSORIZZAZIONI

- Viene valutata la necessità di integrare campagne sponsorizzate sui social.
- Il cliente può scegliere se investire in advertising o mantenere una strategia solo organica.
- Nel caso di sponsorizzazioni, vengono stimati i costi extra e le modalità di gestione (target, area geografica, obiettivi).

A close-up photograph of a financial spreadsheet. The table has columns for 'YTD', 'Encumb.', 'Budget Available', and 'Percent Used'. The data is presented in a grid format with various numerical values.

	YTD	Encumb.	Budget Available	Percent Used
Line				
Expenditures				
	3,057.82		(1,544.28)	106.0
	16,479.34		10,165.76	93.3
			290.37	21.7
			93.28	82.1
			(133.17)	103.8
			10,228.50	56.8
			(1,300.31)	100.0
			(304.83)	100.0
			(4,920.34)	100.0
			489.97	314.3
			2.60	80.4
				85.3

# 3. PIANIFICAZIONE SHOOTING FOTOGRAFICO

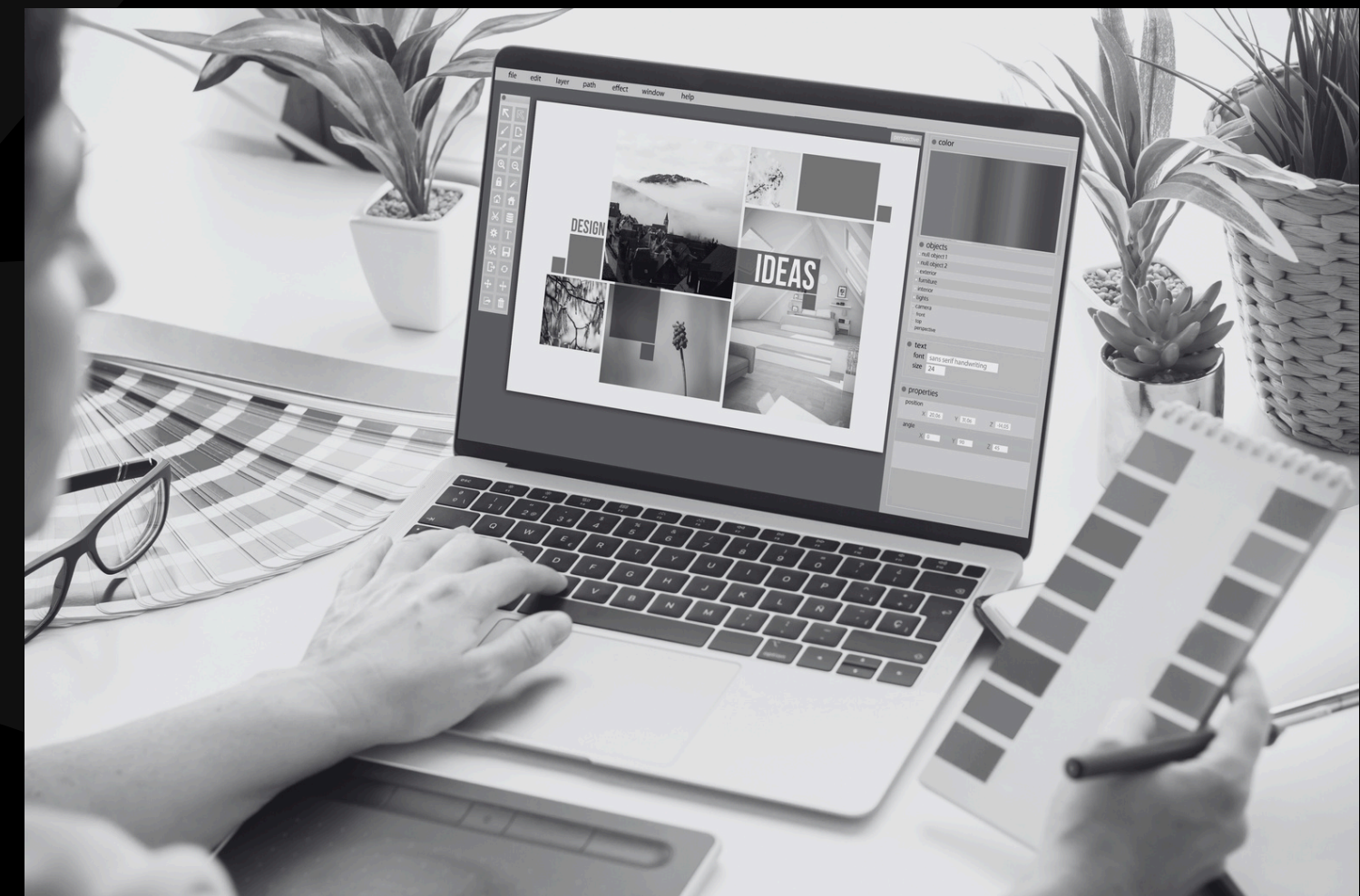
- Si stabiliscono le date per uno shooting professionale nel locale o con i prodotti.
- Le foto e i video serviranno come materiale visivo di qualità per i contenuti del mese.
- Questo step è fondamentale per costruire un'immagine coerente e accattivante.





# 4. PRIME BOZZE DEI CONTENUTI

- Il team creativo realizza le prime bozze grafiche e testuali (post e stories).
- Il cliente può visionarle, dare feedback e richiedere eventuali modifiche.
- Solo dopo l'approvazione i contenuti vengono messi in programmazione.





# 5. CALENDARIO EDITORIALE E PROGRAMMAZIONE

- Viene consegnato un calendario editoriale mensile, chiaro e trasparente.
- Ogni pubblicazione è già pianificata con:
- data e orario di uscita
- tipologia di contenuto (post, stories, reel)
- eventuali sponsorizzazioni collegate
- Il cliente ha così una visione completa della comunicazione del mese.





# PIANO DI GESTIONE SOCIAL A CREDITI



## ATTIVAZIONE DEL SERVIZIO

- La quota fissa non è solo un costo, ma rappresenta il cuore del servizio. Con 200€ al mese ottieni:
- Consulenza strategica personalizzata
- Prima di ogni programmazione analizziamo obiettivi, target e linea comunicativa, così da avere sempre contenuti coerenti ed efficaci.
- Rimborso spese operative
- Copriamo tutti i costi fissi indispensabili (strumenti di programmazione, software di analisi, archiviazione, gestione file e risorse interne).
- Minimo impegno garantito
- La tua presenza online è sempre assicurata grazie a 4 post al mese (1 a settimana), senza doverti preoccupare di nulla.

MENSILE	TRIMESTRALE	SEMESTRALE	ANNUALE
€ 200,00	€ 550,00	€ 900,00	€ 1500,00
NESSUN RISPARMIO	RISPARMIA € 200,00 ALL'ANNO	RISPARMIA € 600,00 ALL'ANNO	RISPARMIA € 900,00 ALL'ANNO

Scegliere un piano trimestrale, semestrale o annuale non è solo una questione di risparmio economico, ma anche di stabilità e continuità nella gestione dei tuoi social.

Con un pagamento anticipato:

- Blocchi subito un prezzo scontato che ti fa risparmiare fino a 900€ in un anno.
- Non devi preoccuparti di rinnovi o interruzioni mensili: la tua comunicazione è garantita e programmata a lungo termine.
- Dimostri al pubblico una coerenza costante, fondamentale per costruire fiducia e far crescere il brand.
- Ottieni più serenità: meno burocrazia, più focus sul risultato.

# PIANO DI GESTIONE SOCIAL A CREDITI



## OPTIONAL

Oltre alla quota fissa, che ti assicura la gestione minima di 4 post al mese, puoi arricchire la tua comunicazione con il sistema a crediti. I crediti funzionano come una “moneta interna” che ti permette di acquistare contenuti e servizi extra in totale libertà.

### Come funzionano i crediti

- **Durata 12 mesi:** i crediti che acquisti rimangono validi per un anno intero, così decidi tu quando utilizzarli.
- **Flessibilità totale:** non sei vincolato a pacchetti rigidi, puoi comporre il tuo piano di contenuti mese per mese.
- **Più compri, meno spendi:** i crediti si acquistano in pacchetti e il costo per singolo credito diminuisce man mano che il pacchetto cresce.

**500 CREDITI**

€ 350,00

€ 0,70 A CREDITO

**1000 CREDITI**

€ 600,00

€ 0,60 A CREDITO

**2500 CREDITI**

€ 1250,00

€ 0,50 A CREDITO

**5000 CREDITI**

€ 2250,00

€ 0,45 A CREDITO



# TUTTI GLI OPTIONAL



**+ POST**

40 CREDITI

**+ STORIA**

30 CREDITI

**REEL 30 SEC**

80 CREDITI

**SHOOTING**

95 CREDITI

**LOGO NUOVO**

50 CREDITI

**PIANO EDITORIALE**

130 CREDITI

**CREAZIONE ADV**

400 CREDITI

**GESTIONE ADV / G**

20 CREDITI

**LEAD GENERATION**

600 CREDITI

**MENÙ E LISTINO IG**

200 CREDITI

**BIO E #**

30 CREDITI

**BRAND IDENTITY**

700 CREDITI

**ANALISI DATI**

150 CREDITI

**ARTICOLO GIORNALE**

300 CREDITI

**FUNNEL CONTATTI**

960 CREDITI

**ASSISTENZA AI**

280 CREDITI