

KAMgroup

IL 1° STUDIO DI COMUNICAZIONE D'ITALIA

Eccentricità SOCIAL e il rifiuto al Conformismo

Così, puoi aumentare il tuo fatturato
con **Meta**

ClassOneEditore

Class One Editore s.r.l.

Corso Lodi no. 47 Milano (Italy)

servizi@classoneditore.it

www.classoneditore.it

Tutti i diritti riservati a norma di legge e a norma delle convenzioni internazionali.

Qualsiasi riproduzione, parziale o totale, anche a uso interno o a scopo didattico, priva dell'autorizzazione scritta da parte di CLASS ONE EDITORE s.r.l. sarà perseguita ai sensi di legge.

AUTORE: **Kambiz Giuseppe Pisano**

Isbn: 979-12-80637-13-0

Prima Edizione: Ottobre 2023

Ai miei figli

Kian e
Natan (*scomparso a 7 anni*)

*A chi mi ha spronato e convinto a
condividere le mie esperienze.*

Eccentricità SOCIAL e il rifiuto al conformismo

Il presente contributo è il frutto di ricerche e studi condotti in diversi anni. Il testo è integralmente scritto di nostro pugno, senza interventi di specialisti, ma solo di correttori.

La scelta di non lasciare in mano il testo a professionisti per una revisione è stata dettata dalla volontà di lasciare vergini i nostri concetti e di non alterarli.

Un ringraziamento profondo a tutti quelli che hanno collaborato con noi negli anni, e ci hanno dato la possibilità di crescere e migliorarci.

Eccentricità SOCIAL e il rifiuto al conformismo

Eccentricità SOCIAL e il rifiuto al Conformismo

Questo scritto è dedicato a te, che sei una persona curiosa e in cerca di una visione parallela al tuo punto di vista, del sistema social.

Il social mi ha sempre affascinato, ma mai quanto gli imprenditori che lo frequentano.

Ho avuto l'onore e il piacere di confrontarmi, con molti di questi, di vivere con loro esperienze positive e negative.

Grazie all'ampia disponibilità che mi hanno dimostrato, ho avuto la possibilità di arricchire le ricerche e conoscenze del loro modo di approcciarsi all'ecosistema di due dei maggior social odierni: Facebook e Instagram.

Ho notato, in loro, errori che si accomunano.

Suddetti imprenditori, infatti, utilizzano uno stesso approccio alle diversità che potrei definire basato sempre, e solo, sulle loro esperienze e, sulle loro prime impressioni, ogni qual volta si trovano di fronte a una decisione da prendere.

Gli studiosi di economia comportamentale, di psicologia e di neuro scienze oggi danno ampia dimostrazione, che quel tipo di schema mentale

porta a commettere errori sia nella vita e nel compimento delle scelte.

Ho constatato, con loro, che quando commettono un errore, poi a quello ne segue un altro e un altro ancora. Creando una catena ininterrotta di errori.

Il detto dice "sbaglia chi lavora", verissimo, aggiungiamo che sbaglia chi è chiamato a prendere decisioni e a compiere scelte. Non a caso gli sbagli che commettiamo tutti e anche tu compreso (*ne sono certo*), avvengono quasi sempre quando siamo chiamati a compiere scelte.

Tu, per esempio, cosa fai quando devi farlo? In quella determinata situazione ti baserai sempre e solo sulle tue impressioni o sulle tue conoscenze, dove quest'ultime possono anche non essere di prima mano, ma essere tramandate con i racconti.

Così, scegli in base a ciò che in quel momento pensi di sapere: non approfondisci, non ti documenti, non leggi, non studi, non fai ricerche.

Il fatto che l'individuo non gradisca approfondire né documentarsi ha una ragionevole risposta: **il nostro cervello è troppo evoluto per farci sprecare tempo e risorse energetiche in inutili ricerche e approfondimenti.**

Anzi, il cervello ci spinge a non fare ricerche o approfondimenti sulle questioni complesse perché comporterebbe uno sforzo che

ci porterà inevitabilmente a un oneroso dispendio di energie.

Il mio e il tuo cervello sono programmati per non sprecare energie, al contrario fanno il possibile per farne un buon uso, ovvero: sforzarsi il meno possibile. Questo sì che è un ottimo modo per preservarci dal dispendio di risorse energetiche.

Per esempio: **un ottimo escamotage, che il nostro cervello predilige, è quello di seguire le azioni compiute da alti individui.**

Lo possiamo verificare quando ci suggerisce: **"segui la massa, così non mi devo impegnare, vedrai che non possiamo sbagliare!"**

Infatti, nel nostro profondo, siamo convinti che se tutti fanno una scelta, allora quella è evidentemente corretta; questo postulato, però, non ha un fondamento logico, è completamente basata su un'assunzione che potrebbe o non potrebbe essere corrente.

La mente predilige l'emulazione non solo per farti risparmiare la fatica, ma per convincerti che se una cosa la fanno tutti, vuol dire che è la cosa giusta; eppure non è così!

I social network come Facebook e Instagram sono un sistema come tanti altri. Eppure, a differenza di quelli hanno avuto una diffusione capillare. Non a caso **tutti si sono conformati all'utilizzo senza rendersene conto.** Il social è diventato un modo di essere e vivere: se non ne sei dotato, allora sei un eretico, un uomo delle caverne o meglio ancora

il nulla, perché non ci sei. In sostanza sei fuori dal circuito.

Il conformismo ha permesso il dilagare di uno strumento così potente e invasivo. Tutto inizia sempre con piccole concessioni per poi finire con l'abitudine.

Quando è iniziato tutto? Quando le grandi aziende e le star hanno iniziato a utilizzarlo e, poi, a esporre i loghi del social sui loro siti web. Da quel momento tutti, e dico tutti, sono corsi a imitarli, ogni individuo per sentirsi allo stesso livello, ha deciso di seguire i passi dei big e/o delle star.

L'imitazione è la forma prediletta dal nostro cervello, e non solo, perché anche i nostri desideri, che ci inducono, senza indugio, verso scelte che hanno la finalità di apparire, sono influenzati dal desiderio di imitare qualcuno più o meno vicino a noi. Per farlo è imperativo uniformarsi al pensiero condiviso, altrimenti si è esclusi dalla comunità.

Se lo usano in molti non puoi più fare a meno di non vederlo, mi spiace, ma sei costretto ad utilizzarlo anche tu.

Concordo con tutti quelli che non amano utilizzare i social network per scopi personali ma, non condivido il punto di vista di chi è contro l'uso a scopi professionali.

Se sono in molti a popolare i social, anche tu sei obbligato a essere presente con i tuoi prodotti e servizi. Puoi anche decidere di non usarlo, ma se non lo fai tu, lo faranno i tuoi

competitor che acquisiranno un facile vantaggio competitivo nei tuoi confronti.

Pensa a quando inviti un'amica/o a cena a casa tua. A te piace mangiare carne, ma sai che il tuo ospite è vegetariano, ovviamente per compiacerlo preparerai i piatti che piacciono a lui. Non gli presenterai mica portate che non gradirà. Stessa identica cosa vale per il social: a te può anche non piacere, ma al tuo cliente sì. **Inizia a ragionare fuori dai soliti schemi mentali, il social non è per te, ma per il tuo cliente.**

Tv, radio, giornali e comizi per decenni hanno influenzato le nostre opinioni e, conseguentemente i nostri schemi mentali e le nostre scelte.

Fino all'avvento dei social eri, come tanti, un passivo fruitore della propaganda profusa dai media tradizionali.

Per poter influenzare le scelte dei consumatori era necessario disporre di grandi risorse comunicative. Per poter diventare un big dovevi essere dotato di ingenti capitali. Oggi è tutto cambiato attraverso i social, che sono i mezzi più utilizzati per mettere in campo strategie comunicative.

Ora anche tu hai la possibilità di poter influenzare le opinioni e le scelte degli individui.

La propaganda è un'attività che conosco, mi piace e pratico da moltissimi anni. Attraverso il social è possibile influenzare, fortemente, le opinioni e poi le scelte degli individui. Il social nel suo insieme è molto complesso; purtroppo o per fortuna è stato messo a disposizione di molti senza fare distinzioni soprattutto di età. È a disposizione di grandi e piccoli. Inizialmente era lo strumento dei giovani, oggi è diventato il canale di propaganda di massa più diffuso e apprezzato.

Chi usa il social usa un'arma, c'è chi è troppo piccolo per maneggiarla, c'è chi non è stato addestrato per gestirla, in tutti i casi non solo sei un pericolo per te stesso, ma anche per gli altri.

Per tali ragioni, consiglio sempre prima di incominciare a utilizzarli: seguite minimo due corsi.

Fin da quando ero piccolo mio padre mi consigliava sempre di non seguire mai quello che fanno gli altri. Oggi, invece, sono le neuroscienze che confermano i vecchi postulati, tramandati e noti nella saggezza popolare. **Seguire gli altri non è solo un errore, ma un rischio grave.**

Eccentricità SOCIAL e il rifiuto al conformismo

Domande e Risposte

Il presente contributo ha preso forma grazie alle innumerevoli domande che ho minuziosamente e faticosamente raccolto nell'arco degli anni. I clienti, infatti, mi ponevano domande e io, oltre a dare loro le risposte, me le annotavo. I quesiti che mi ponevano erano sempre gli stessi e di conseguenza avevo intuito che tutti erano uniti da un minimo comune denominatore.

Con il passare del tempo mi sono chiesto come potessi fare, per aiutare gli imprenditori. La risposta mi venne spontanea: attraverso le esperienze raccolte.

Oggi anche tu potrai avere risposta ai dubbi che, con molta probabilità, hai quando usi i social.

Spero che la mia esperienza ti sia d'aiuto anche a te come lo è stata per tante altre persone.

Dico sempre a tutti che *conoscere se stessi è una buona cosa e conoscere i social è una prova di grande forza di volontà*. Chi sa padroneggiare i social è consapevole di quante ore e ore è necessario dedicarvisi per apprenderne, non solo l'utilizzo, ma anche i fondamenti dell'algoritmo o meglio ancora dell'intero sistema. Potrai capire chi è colui che decreta il successo o il declino di un post o di una pagina.

Mi auspico che questo contributo, ti
permetterà di commettere meno errori rispetto
a tanti altri utenti.

Iniziamo con le domande e risposte

Mi serve la pagina Facebook e Instagram?

Sì, certo. Il social è uno strumento che moltissimi, se non tutti, hanno deciso di utilizzare non solo perché è diventato un nuovo modo di comunicare, ma soprattutto per convenzione.

Questo sta a indicare che gli individui hanno autonomamente e volontariamente deciso di adottarlo come mezzo attivo di interconnessione tra di loro.

Per connessione attiva, intendo che gli utenti pubblicano foto, video e pensieri al fine di condividerli con altri utenti connessi alla rete. I social vivono e sopravvivono grazie ai

contenuti pubblicati dai narcisisti, senza i quali non sarebbe popolato e frequentato.

La connessione passiva invece è data dagli utenti che frequentano i social senza pubblicare, ma ascoltano e visionano senza interagire.

Rispetto al 2000, oggi, l'approccio con Internet non solo si è evoluto, ma è radicalmente cambiato. Un tempo, chi era sprovvisto del sito web aziendale, non faceva bella figura, oggi, chi è senza un profilo social non aumenterà gli incassi.

Anche se che tutti hanno deciso di usare il social come strumento di comunicazione, certamente tu non sei costretto a utilizzarlo, ma non farlo avrà per te un effetto peggiore. Per alcune attività buona parte del fatturato è generato dalle inserzioni pubblicate sui canali principali di Meta, ovvero Facebook e Instagram.

In conclusione: "Ti serve avere la pagina Facebook e/o Instagram?" Sì, certo. Così come ti serve il sito web. Senza gli strumenti di base per lavorare fatturerai meno e darai più spazio ai tuoi competitors. Il social oggi è da considerarsi un asset aziendale volto solo alla produttività. Senza sito, senza social e senza comunicazione, come pensi di fare?!

L'uso del social è davvero così difficile?

Dipende sempre da che punto di vista osservi le cose.

Per convenzione, si crede che Facebook sia uno strumento alla portata di tutti. Se fosse così, allora tutti dovrebbero essere considerati navigati fruitori delle app social, o, meglio ancora, Influencers, eppure solo in pochissimi hanno tale titolo. Perché? Perché tanti sono gli users che ne conoscono effettivamente le meccaniche dei vari social.

A questo punto le domande te le dovrei porre io: *"Tu come intendi l'uso del social? Lo osservi come se fossi un teenager che cerca socializzazione, oppure lo prendi in considerazione dal punto di vista imprenditoriale? Sei proprio certo che con i social non aumenterai il tuo fatturato?"*

Se prendi Facebook o Instagram per quello che è, ovvero uno strumento di divulgazione di contenuti, concorderai che non va utilizzato come vetrina, ma come asset aziendale per proporre i Tuoi prodotti e servizi al pubblico della rete.

Personalmente non conosco manager o imprenditori di successo che non abbiano dedicato ore e ore alla formazione, o anni di duro lavoro per acquisire un'esperienza apprezzabile.

Ho conosciuto personalmente molti managers che non hanno mai pensato al social attraverso gli occhi del ragazzo che lo utilizza, ma come strumento aziendale per aumentare il fatturato.

In conclusione: usare il social non è difficile, basta pubblicare un post e il gioco è fatto. La cosa più difficile, è riuscire, attraverso un uso professionale, a generare del fatturato.

C'è chi è convinto che sia uno strumento per giovani, ma si sbagliano di grosso. Oggi un governo vede i suoi indici di gradimento salire o scendere attraverso l'influenza profusa dalla rete. Solo questo dovrebbe bastare per convincerti che i social non sono roba da ragazzini.

In fondo l'app è nel nostro cellulare, potremmo anche affermare che in realtà è nelle nostre mani. Siamo convinti di averne il controllo, ma ti assicuro che non è così. La facilità con cui si può utilizzare ne ha permesso la capillare diffusione. Grazie alla sua larga utilizzazione è possibile trarne un vantaggio economico non indifferente.

Mi stai dicendo che oltre ad aprire la mia pagina social devo anche saperla gestire?

Se apri un'attività che fai? La lasci ad auto gestirsi, oppure tutti i giorni ti dedichi con impegno e dedizione a portarla avanti? È ovvio che ti devi dedicare tutti i giorni alla tua azienda, E la stessa cosa dovrai fare per la tua pagina social, perché anche quella ne farà parte, qualora tu la creassi.

Gli *influencers* o le attività di successo pubblicano costantemente più post al giorno, se lo fanno ci sarà un motivo.

Gli individui sono ghiotti di informazioni e novità, e le cercano assiduamente. Ecco perché è imperativo pubblicare ogni giorno: così da soddisfare la sete di informazioni e notizie che gli abitanti del social cercano.

Non pubblicando quello che fai, o che hai da vendere, le persone non possono venirne a conoscenza. Di conseguenza, non potrai né informare né vendere attraverso i social.

Non solo questo, ma se non pubblichi tu, con molta probabilità lo farà il tuo diretto concorrente. **Rischi che il tuo cliente diventi il suo.**

La pubblicazione perpetua dei tuoi post consentirà l'attivazione della memoria al tuo cliente ricordandogli che ci sei.

Molti studi dimostrano che gli individui oggi hanno una bassa soglia di attenzione, è la conseguenza di troppa iper attività e troppa informazione. L'effetto è inevitabile, i clienti si dimenticano di te e dei servizi e prodotti che offri.

In conclusione: c'è troppa informazione, troppa scelta e troppe novità. Nel consumatore spesso e volentieri scatta la paralisi e l'analisi. Non sa cosa fare, cosa scegliere e se lo fa, poi, ha il rimorso di aver scelto male.

Tu puoi aiutarlo nelle sue scelte o quanto meno puoi aiutare i tuoi clienti a non dover entrare nel vortice dell'indecisione, perché se conoscono te e si fidano di te, non penseranno a scegliere i prodotti o servizi dei tuoi concorrenti. Anche se dov'esse succedere, però, ricordare loro della tua esistenza, e avere fiducia in te, li porterà ad abbandonare presto l'idea di doversi impegnare in altre ricerche.

Come li puoi aiutare, quindi? Attraverso la comunicazione.

Devi costantemente ricordargli che ci sei e devi farlo nel modo giusto: con la pubblicazione perpetua di messaggi e contenuti originali.

Purtroppo l'iper-informazione genera confusione, perciò aiutali, sii il loro faro.

Eccentricità SOCIAL e il rifiuto al conformismo