
La top 5 degli errori su Facebook

Data Articolo: 21 Febbraio 2014

Autore Articolo: Valentina Cigolot

Utilizzate una **pagina Facebook per promuovere il vostro studio**? Se la risposta è sì, per il bene altrui e del vostro business, non potete fare a meno di scorrere la nostra lista degli orrori (e bandirli ufficialmente dalle vostre bacheche).

Ormai Facebook lo frequentiamo da diversi anni (*ndr, il boom di iscrizioni in Italia risale al 2008*) e tra frequentatori abituali, esperti o sedicenti tali, dovremmo vedere, non dico profili, ma almeno pagine: belle, interessanti e soprattutto attive. Sui profili personali, dobbiamo ammetterlo, un certo margine di miglioramento c'è stato: se non altro sono scomparsi i profili in pluri-gestione. Ma il lavoro da fare sulle pagine (dei professionisti in primis) è, aimè, ancora tanto. Per cominciare, consentitemi di elencare le cinque cose che proprio dovrete smettere di fare

1. Le pagine morte

I cosiddetti deserti dei Tartari, le bacheche ferme da mesi o, nella peggiore delle ipotesi, quelle che hanno come unica informazione/aggiornamento il loro nome.

Se svolgete un'attività e avete deciso di promuoverla con una Pagina Facebook non fate quest'errore: agli occhi dei fan, ammesso che ne abbiate, risulterete non solo brand muti ma inutili presenze che operano in modo frivolo e senza una direzione.

2. I potpourri svago-privato-lavoro

Mischiare foto di chiappe al sole, video dei primi passi dei vostri pargoli e avvisi sugli adempimenti in scadenza; più che un mix autentico della propria settimana tipo risulta una miscela esplosiva decisamente pericolosa. Oltre che inopportuna, ovviamente. Le pagine sono lo spazio dedicato all'attività lavorativa e, solo di questo, vogliono sapere i vostri fan. Per tutto il resto non serve una carta di credito (come diceva un famoso spot) ma c'è il vostro profilo personale.

3. I copia&incolla di testi e altri contenuti, in realtà fruibili con un clic

So che la parola link ai peccatori di questo terzo comandamento risulta alquanto sconosciuta, ma è il caso, per voi, di digitarla sul primo motore di ricerca a disposizione e cercare di apprenderne significato e usi al più presto. Se volete condividere news, immagini, video o altri contenuti presenti sul vostro o su altri siti internet dovete pubblicare un link. Se volete riproporre post di un'altra pagina Facebook, ad esempio quella di Fisco 7, fatevi amico il tasto "condividi".

4. Foto sfuocate, in bassissima risoluzione e in cui è taggato chiunque e senza motivo

Premesso che se fate riferimento a foto on-line con un link (giusto per ribadire il punto tre) avrete già risolto la metà dei vostri problemi; vorrei sottolineare che anche se la sensibilità artistica non è un dono comune, l'immagine conta e rappresenta l'attività promossa nella Pagina. Ovvero, se nella vostra bacheca pubblicate foto scadenti, che neanche con gli occhiali a infrarossi si riescono a decifrare, non adattate agli spazi offerti dal social network e, infine, che disturbano o non hanno niente a che fare con la vostra attività, di certo non stupitevi se la vostra credibilità inizierà a scricchiolare. Brutte e inopportune le vostre immagini = scadente e incompetente il vostro servizio.

5. Eliminare a priori commenti negativi, critiche o segnalazioni di disservizi

Non è vero che “non c'è peggior cieco di chi non vuol vedere”. Peggior è colui che elimina i commenti di cui sopra e pensa di uscirne indenne. Facebook è il luogo dell'ascolto e del confronto, se avete deciso di esserci dovete rispettarne le regole e farlo con impegno e dedizione. Le critiche molto spesso si possono trasformare in punti di forza. Soprattutto nel caso in cui vengano prese in considerazione e vi si ponga rimedio in tempi rapidi e con la dovuta attenzione. Non vi dico di aprire le porte a insulti e commenti fuori luogo, per quelli c'è giustamente il tasto nascondi, ma se la vostra pagina raccoglie un po' troppe lamentele di disservizi e disapprovazione forse è il caso di farsi qualche domanda e capire cos'è che non funziona e cosa si può migliorare nella vostra attività.

Ecco qui, questa è la mia “top 5 degli e/orrori”, se ne avete visti altri e vi hanno irritato particolarmente sfogatevi nei commenti qui sotto.

Valentina Cigolot - Marketing and Communication Specialist – Servizi CGN