

TERRY BERTELLI



Social Media Specialist



terrybertelli.it

I **Social Media** ci insegnano che quando connettiamo le persone, le idee crescono e le **opportunità si moltiplicano**




SOSTENIBILITÀ INNOVAZIONE E COMUNICAZIONE DIGITALE



3

analisi formazione report
linkedin shop video youtube community gestione
contenuti facebook advertising

CHI SONO | SERVIZI | SCOPRI DI PIÙ | TESTIMONIANZE | COLLABORAZIONI

strategia competitor eventi | **CONTATTI**
pubblicazioni fare o non fare
instagram tiktok formazione social
media marketing corsi twitter

SOCIAL MEDIA SPECIALIST CERTIFICATO



SONO TERRY BERTELLI

Ciao!

Sono un **SOCIAL MEDIA SPECIALIST CERTIFICATO** e ho fatto della socialità la mia passione e il mio lavoro.

I **SOCIAL MEDIA** sono la più grande piazza del mondo: lo strumento, insieme ai motori di ricerca più utilizzati per informarci su qualsiasi cosa.

Li utilizziamo per mantenere i contatti, per i momenti di relax, per discutere e condividere, per acquistare online.



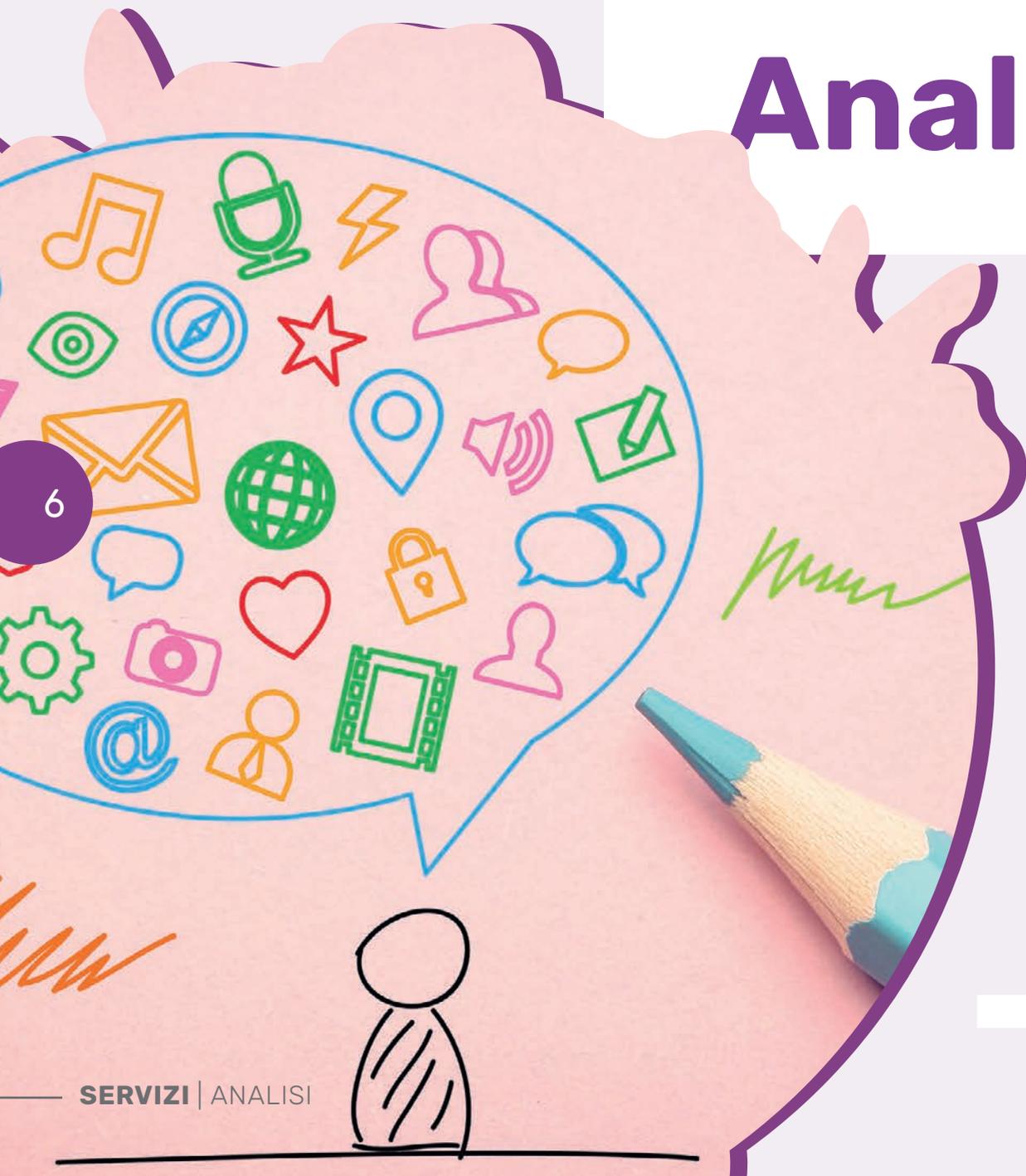
Se hai un'ATTIVITÀ PROFESSIONALE o un'AZIENDA è fondamentale farti conoscere anche attraverso questi canali e far si che diventino dei reali strumenti di business.



Io posso aiutarti a cogliere le opportunità delle differenti piattaforme, a far conoscere il tuo **PROGETTO** e il tuo **VALORE**, a mostrare cosa sai fare e in che modo ti distingui.



Analisi



6



L'analisi sui social è il punto di partenza di quello che chiamo **social media plan** ed è un percorso da strutturare per tappe.



CHE TIPO DI ANALISI?

Per una corretta analisi sui social è necessario seguire le tappe fondamentali del social media plan che riguardano:

Il brand

Quali sono i canali social su cui se ne parla e come se ne parla

Presenza sui social

Viene scandagliato tutto quello che riguarda le informazioni generali sui vari canali social

Analisi dei competitor

Per comprendere meglio il mercato in cui si opera, sia per imparare cosa è possibile migliorare

Analisi delle insight

Serve per evolvere, migliorare il profilo e fidelizzare la propria community

Definizione degli obiettivi

È importante capire dove vogliamo arrivare attraverso i social

7

Analisi



Consulenza

TI AIUTO A...

trovare il **tono di voce del tuo brand sui tuoi canali social** e a creare una **strategia di content marketing** a 360°, partendo da alcune domande fondamentali:

- **Quale deve essere la percezione del brand?**
- **Quali sono i tuoi valori e la tua mission?**
- **Come ti distingui dai competitor?**
- **Qual è il tuo target e che tipo di linguaggio usa?**

8

Prima di scegliere la propria **brand voice** è meglio definire, la propria **mission** e **vision**, capire a quale **target di pubblico** ci rivolgiamo e quali sono i **canali social sui quali comunicare**.



La voce del brand (**brand voice**) deve rispecchiare l'identità e può essere: positiva, professionale, vivace, l'importante è che sia coerente alla personalità.

Vanno evitate voci ingessate, fredde e troppo distaccate. Siete sui social dovete parlare social.



Consulenza

9



Gestione

10



Ti aiuto a **gestire il tuo profilo personale di LinkedIn** e la **pagina aziendale** su tutti i **social network** principali.



UNA PAGINA AZIENDALE È IL TUO BIGLIETTO DA VISITA

Perché un'azienda deve aprire una **pagina LinkedIn**, una **pagina Facebook**, un **profilo business Instagram**, un **profilo business TikTok**, un **canale Youtube** e un **account Twitter**?

Essere presenti sui social oggi è fondamentale, sia che tu abbia un'attività, sia che tu sia un professionista.

Un modo semplice per evidenziare chi sei, di cosa ti occupi, comunicare i tuoi servizi e fare **personal branding**.

I **profili aziendali** inoltre offrono dei vantaggi unici per far **crescere il proprio brand** e capire in che direzione investire.

11

Gestione

Contenuti

I **contenuti social** disponibili, a seconda delle varie piattaforme, sono tanti e diversi e vanno inquadrati anche in base al proprio target.

COME CREARE UN PIANO EDITORIALE SOCIAL?

Il **calendario editoriale** va studiato prevalentemente su base mensile e diviso in settimane ed è necessario ragionare per:

- obiettivi
- date e ricorrenze importanti
- contenuti coerenti
- post coinvolgenti

Alcune **tipologie di contenuti** da includere nel proprio calendario editoriale:

- social video
- immagini
- caroselli
- presentazioni
- articoli
- guide
- storie
- reels/shorts



Per **gestire i profili social aziendali** è necessario aver realizzato a monte una **strategia di content marketing** per poi procedere nella **creazione e strategia** di un **piano editoriale**.



Community

14



La gestione delle **interazioni** con gli utenti viene chiamata **community management**.



IL COMMUNITY MANAGER INTERAGISCE CON GLI UTENTI

All'interno di questa attività mi occupo della **gestione dei commenti, protocollo crisis management** (gestione commenti negativi), **Instant messaging** e **Whatsapp business**.

15

Gestione dei commenti

La gestione dei commenti della community che gravita attorno al brand comprende diverse attività

messe in atto qualora un determinato evento critico rischi di danneggiare la reputazione del brand.

Protocollo Crisis Management

La gestione dei commenti negativi sui social prevede l'adozione di un protocollo, ovvero quell'insieme di procedure di comunicazione decise in anticipo e che verranno

Instant Messaging e Whatsapp Business

Per mantenere un cliente bisogna instaurare un rapporto basato sulla fiducia e sulle emozioni.

community

Report

L'attività di monitoraggio comprende la creazione e l'invio di una **reportistica aziendale** contenente i risultati ottenuti sui social in riferimento all'obiettivo definito durante l'analisi.

QUALI **METRICHE** VANNO MONITORATE?

L'errore che si fa spesso è quello di concentrarsi sulle **vanity metrics**, senza prendere in considerazione le **metriche importanti** rispetto agli **obiettivi prefissati**.

Le **metriche** che troverete nei report si dividono in 4 categorie:

- 1. Awareness
- 2. Engagement

- 3. Conversion
- 4. Consumer



Per ogni piattaforma social è importante tenere un **report social** che **monitori il lavoro svolto**.



Report



Advertising

18



Per raggiungere un **pubblico più ampio** e far crescere la propria community sulle piattaforme social, è importante investire in **pubblicità** (social advertising).



IL BUDGET VA DISTRIBUITO IN MODO STRATEGICO

Ma è importante farlo bene, allocando il **budget giusto** e affidandosi ai professionisti che valuteranno se il brand è nuovo o conosciuto, che community ha, quali sono gli obiettivi primari, in che periodo si concentrano gli acquisti.

L'**attività di progettazione, gestione, testing e ottimizzazione campagne** prevede:

- **progettazione e creazione di annunci orientati all'obiettivo**
- **messa online e gestione degli annunci**
- **analisi e reportistica delle campagne**

È inoltre possibile richiedere l'**attivazione degli strumenti** necessari per la **gestione delle inserzioni**.

19

Advertising

Shop

IL SOCIAL COMMERCE È L'EVOLUZIONE DEL NEGOZIO ONLINE

È infatti possibile effettuare l'**acquisto di un prodotto o servizio** di un'azienda direttamente all'**interno delle principali piattaforme social**.

In questo l'acquisto è integrato in modo fluido nell'esperienza dell'utente.



21



Shop

20

La parte dedicata allo **shop** prevede:

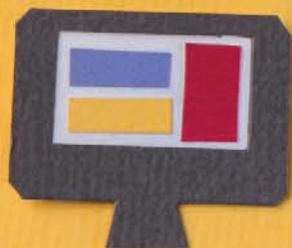
- formazione per vendere sui social
- configurazione del gestore delle vendite
- configurazione degli account di vendita e dei cataloghi per lo shopping tramite Facebook e Instagram



Posso aiutarti a costruire un percorso utente senza intoppi e interruzioni: una **customer journey fluida** è la chiave per aumentare il conversion rate.

Formazione

22



Ogni **piattaforma** social ha le sue caratteristiche e comunica in modalità differenti, per questo **usare la stessa strategia e pubblicare gli stessi contenuti su tutti i social media è fallimentare.**

È IMPORTANTE UNA **FORMAZIONE** CONTINUA E COSTANTE

Per fare in modo che i social possano essere utili e di sostegno alla propria attività professionale, propongo una **formazione** che prevede diversi corsi sull'uso dei social network.

Di seguito alcuni percorsi:

- **Formazione Instagram e Facebook**
- **Formazione LinkedIn**
- **Formazione TikTok**
- **Formazione Whatsapp Business**
- **Formazione Google Business**



23

Formazione



Scopri di più

CONSULTA IL MIO SITO PER TROVARE CONSIGLI, SUGGERIMENTI E CURIOSITÀ

24



VIDEO

I miei social video focalizzati su argomenti diversi per una panoramica completa delle differenti tematiche

RUBRICHE

Pillole social per aiutarti a capire meglio cosa fare o non fare per gestire i tuoi canali social



SCOPRI DI PIÙ



EVENTI

In questo spazio puoi trovare le partecipazioni, gli eventi e i corsi di cui sono stata relatrice e formatrice, le aziende che ho incontrato e aiutato nel mio percorso professionale

25

BLOG

Se vuoi approfondimenti specifici e guide semplici per capire meglio il mondo dei social qui trovi articoli specifici



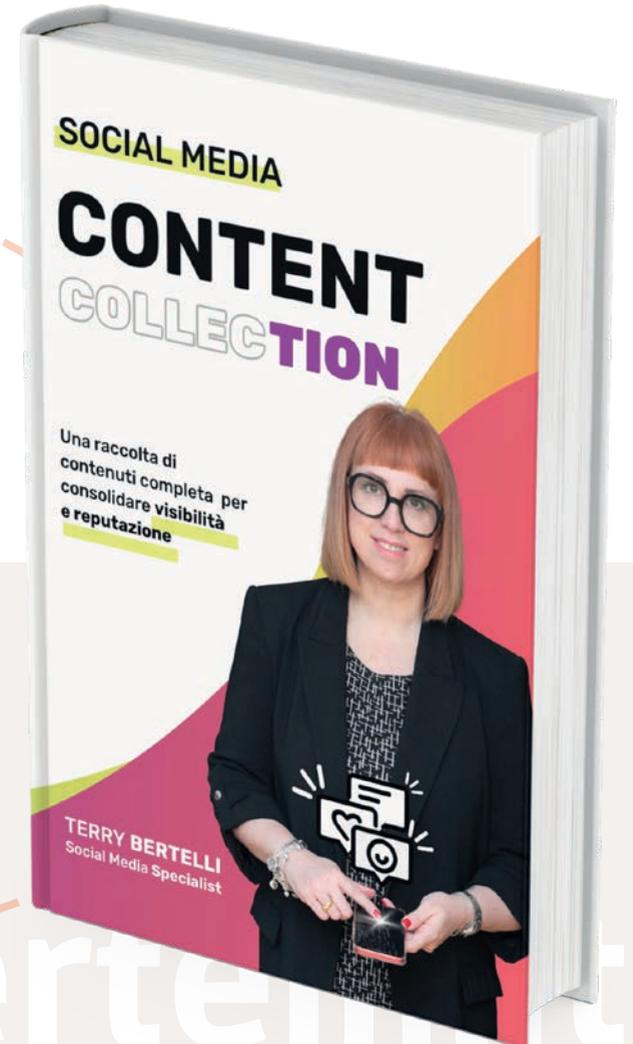
terrybertelli.it



Scopri di più

SOCIAL MEDIA CONTENT COLLECTION

Una raccolta di contenuti completa per consolidare **visibilità e reputazione**



Molti potrebbero pensare ai social media come a semplici piattaforme per condividere foto, aggiornamenti e video divertenti. Ma, per le aziende, rappresentano molto di più: sono spazi strategici dove poter costruire il proprio brand, rafforzare la fiducia con i clienti, monitorare il sentiment del mercato e, non ultimo, incrementare le vendite

terrybertelli



26



PODCAST

Nel mio podcast approfondiremo le tematiche social per renderli efficaci strumenti di business



GUIDE

Qui troverete una gamma di guide pratiche, da quelle per i principianti, fino a consigli avanzati per gli esperti



DANIELA FAVA
CEO KOSMOS

Adoro Terry perché è unica! Alla sua sconfinata competenza in materia di marketing per i social network (e non solo) si aggiungono passione, allegria, disponibilità e tanta voglia di mettere le persone in condizione di avere successo attraverso i suoi corsi di formazione che, pur intensi, sono piacevolissimi e soprattutto tanto, tanto utili e istruttivi! I suoi consigli e "segreti professionali" sono un aiuto straordinario per raggiungere il successo. Grazie Terry!



LAURA COPELLI
SEO SPECIALIST

Terry è una concentrazione di caratteristiche che la rendono una delle professioniste più preparate con cui abbia mai lavorato. Un percorso professionale articolato fanno di lei la Social Media Manager di oggi, e quello che vorrà diventare, domani. Incredibile nella formazione, concreta e con i piedi per terra raggiunge ogni obiettivo prefissato. Simpatica e solare, è un'amica con cui passare le serate chiacchierando ma anche un collaboratore prezioso con cui confrontarsi. Difficile immaginare di poterne fare a meno!



FEDERICA LO PRESTI
SERVICE MANAGER

Terry è una professionista altamente qualificata, precisa, puntuale, disponibile e orientata all'obiettivo. Mi sono affidata a Terry per la gestione della mia brand image e dei miei canali social da pochi mesi e i risultati sono stati immediatamente evidenti, i numeri sono cresciuti, la mia reputazione digitale ha avuto un grande slancio, sono pienamente soddisfatta della mia scelta. Prima di Terry avevo interagito con altri professionisti del settore, cosa ha fatto la differenza? Terry è stata in grado di interpretare me e i miei valori, la mia unique value proposition e di comunicarla al mio target in modo vincente! La ringrazio e la consiglio vivamente a chiunque sia in cerca di una specialista nel settore digitale.



LUCIA MERICO
SPIRITUALCOACH ACADEMY

Terry è una delle persone più straordinarie che conosco, sia sotto il profilo personale che professionale. Incontrarla è un valore aggiunto e di fatto l'ho scelta come Social Media Specialist all'interno del percorso dell'Academy SpiritualCoach. Di Terry mi fido, senza dubbi né riserve. È dotata di intuito, competenza, creatività, determinazione e ti aiuta a trovare la strategia migliore e che maggiormente si adatta alle tue esigenze. Entrare in contatto con lei migliora la vita sotto ogni aspetto.



28

KOSMOS TRADUZIONI

LIBERA PROFESSIONISTA

ASSOLOMBARDA

LIBERA PROFESSIONISTA

29



RYOKO TAMADA
UFFICIO MARKETING

Ho avuto il piacere di conoscere Terry Bertelli per un corso di social sales communication. È una professionista competente e creativa con una grande capacità di interazione e coinvolgimento dei discenti. Ascolta con attenzione i bisogni e le necessità della classe, fornendo suggerimenti e i migliori modi per raggiungere gli obiettivi. Dalle sue lezioni traspare la passione e l'impegno che mette costantemente nel suo percorso professionale.



VERONICA PACHULSKY
VIDEOMAKER

Il percorso fatto con Terry è stato davvero illuminante! Preparatissima sui Social mi ha concretamente aiutata a mettere in piedi la mia nuova strategia. Oltre ad essere molto professionale è disponibile ed accogliente. Non è mancato di fare insieme delle belle risate, che rendono il lavoro molto più piacevole. Collaborazione sicuramente in crescita! Grazie mille.



AMBROGIO BRAGHETTO
TRAINING ACCOUNT

Scrivo questa referenza perché confermo che la collaborazione con Terry è professionalmente costruttiva e istruttiva: la sua estrema disponibilità e prontezza di risposta e il suo desiderio di comunicare contenuti e metodi a vantaggio di partner e clienti è un'esperienza che consiglio a tutti (per non parlare della simpatia!)



CLIZIA CACCIAMANI
AVVOCATO SPECIALIZZATO IN BRAND PROTECTION E DIRITTO INDUSTRIALE

Terry è una professionista non solo preparata ma solerte e determinata. Tali qualità hanno fatto sì che INNOVA & Partners srl la scegliesse tra tanti ceo specialists. Mai trovato un consulente tanto vicino al cliente. La consigliamo vivamente.

ANIMA CONFINDUSTRIA

FILMAIR DRONE SOLUTION

ESPERO

FOUNDER E SENIOR PARTNER
@INNOVA&PARTNERS

Dicono di me



ALCUNE COLLABORAZIONI



30



31



Evelina Flachi





**Rimaniamo
in contatto!**

TERRY BERTELLI

Social Media **Specialist**

info@terrybertelli.it

20129 Milano (MI)

in f      

terrybertelli.it



Grazie!