

# Cominciare con Twitter, un piano realistico

Di [Jennifer Laycock](#)



Articolo originale:

## Getting Started on Twitter with a Realistic Timeline

23 Febbraio 2010

<http://www.searchengineguide.com/jennifer-laycock/getting-started-on-twitter-with-a-realistic.php>



Foto: [Slava Baranskyi](#)

raro fare login e poi, pochi istanti più tardi, dare un'occhiata all'orologio ed accorgersi che sono passate delle ore.

Tenendo presente questo, è importante che stabiliate un programma realistico che vi assicuri di stare spendendo solo il tempo necessario. Se siete solo all'inizio, ecco un piano sintetico in cinque stadi, per darvi qualcosa su cui lavorare.

Qui l'idea è di trascorrere un po' di tempo in ogni fase prima di passare alla successiva.

I minuti al giorno indicati sono quelli complessivi, non per quella attività.

Questo piano è stato ideato per l'imprenditore medio che possiede un sito di small business e che sta cercando di mettere un po' di impegno extra nei social media, per vedere se ci sono dei ritorni. In definitiva, non si dovrebbe spendere più di un'ora al giorno su Twitter, a meno che non sia uno dei canali principali di marketing o che non abbiate dedicato a questo uno staff per lo sviluppo di nuovi canali.

Anche se nel corso degli ultimi anni, milioni di persone e decine di migliaia di imprese sono andati affollando Twitter, molte aziende stanno ancora sulle soglie, chiedendosi se sia il caso di entrare. La loro preoccupazione più grande? Quanto tempo spenderanno e quanto beneficio raccoglieranno.

Dopo tutto, se parlate con chi ha investito molto in Twitter, vi dirà proprio quanto tempo può assorbire. E' facile venire risucchiati nella conversazione e non è



## Scomponiamo la cronologia

Se siete appena agli inizi, vi consigliamo di passare più tempo nelle prime fasi del programma, prima di andare avanti. Se invece già usate Twitter da un po' e state semplicemente cercando di tenere il vostro impegno sotto controllo, allora vi conviene passare rapidamente dalle fasi iniziali e concentrarvi piuttosto nel suddividere il tempo che dedicate a Twitter, in blocchi più gestibili, collegati ad obiettivi specifici.

### Fase uno: 15 minuti al giorno

#### Obiettivo primario: **seguire**

Nelle fasi iniziali, non c'è bisogno di spendere più di 15 minuti al giorno su Twitter. Eseguite alcune ricerche basate su parole chiave e ricerche geografiche e trovate un po' di persone nuove da seguire. Molti di questi vi seguiranno a loro volta, dandovi una base di persone di partenza con cui lavorare.

### Fase due: 20 minuti al giorno

#### Obiettivo primario: **ascoltare**

Una volta trovato qualche centinaio di persone da seguire, aumentate il tempo a circa 20 minuti al giorno, la maggior parte dei quali dovrete spenderli scorrendo i post delle persone che seguite ed eseguendo ricerche su parole chiave specifiche per temi legati alla vostra attività. L'idea qui è quella di scoprire cosa dice la gente in modo da poter iniziare a preparare una strategia rivolta a loro.

### Fase tre: 30 minuti al giorno

#### Obiettivo primario: **offrire**

Dopo una settimana o due, dovrete avere sviluppato una certa sensibilità per Twitter e ciò a cui i vostri seguaci e la comunità sono interessati. Questo è il momento di iniziare ad investire una mezz'ora al mattino o al pomeriggio. Si dovrebbe comunque passare la maggior parte di questo tempo nell'ascolto, ma si può anche iniziare a condividere link ai post del blog che state leggendo o a risorse che avete trovato.

Mirate ad avviare la condivisione di po' di link con i vostri seguaci ogni giorno. Per un impatto più forte, utilizzate uno schedatore di Twitter come quello compreso in [HootSuite](http://hootsuite.com/) [hootsuite.com/], per condividere i vostri link nel corso della giornata, invece che in un blocco unico.

### Fase quattro: 45 minuti al giorno

#### Obiettivo primario: **condividere**

Dopo che è passata un'altra settimana o giù di lì, salite a 45 minuti. A questo punto, potreste anche spezzare l'attività in tre blocchi di 15 minuti al giorno, invece di investire tutto il tempo in una sola volta. Controllate le risposte dirette almeno due volte al giorno e rispondete a qualcuna di quelle che richiedono attenzione.

Continuate a trovare persone da seguire, facendo le vostre ricerche e condividendo risorse, ma salite di un'altro gradino e cominciate ad offrire più considerazioni e pareri su cose o notizie anche sulla vostra azienda. Continuate ad avvalervi di uno schedatore per Twitter, per consentire alle vostre riflessioni di andare in onda durante l'arco di tutto il giorno, invece che tutte assieme. Questo vi permetterà di raggiungere più seguaci in diversi momenti della giornata.

**Fase cinque: 60 minuti al giorno**

**Obiettivo primario: coinvolgere**

A meno che Twitter non sia l'essenza della vostra strategia di marketing, è probabile che con un'ora al giorno siate arrivati al massimo dell'impegno necessario. A questo punto farete tutto quello che già stavate facendo, ma aggiungerete l'obiettivo di essere più coinvolgenti. Qui è dove dovrete iniziare a comunicare direttamente agli altri membri di Twitter. Offrire un feedback sulle loro considerazioni, ringraziarli per i loro link ... insomma, tutto ciò che serve per coinvolgerli.

Prendete in considerazione di controllare i post per circa venti minuti, al mattino, il pomeriggio e la sera e quando siete in vena di parlare molto o avete un sacco di link da condividere, fate uso degli schedatori di Twitter, per disseminare i vostri messaggi lungo tutta la giornata.

Tenete sempre presente che probabilmente non è realistico che dobbiate trascorrere un'ora al giorno su Twitter, a meno che Twitter non diventi una parte fondamentale della vostra strategia di marketing e non ci sarebbe niente di sbagliato. Pensate a queste fasi, come delle linee guida per espandere la vostra presenza e monitorate i risultati del vostro impegno per stabilire quanto tempo potete giustificare di spenderci.



**Jennifer Laycock**

Traduzione di **Marco Dini**

**Questo articolo si trova all'indirizzo:**

<http://www.ideawebitalia.it/social-media/1714/>

**Altri articoli di Jennifer Laycock:**

<http://www.ideawebitalia.it/author/jennifer-laycock/>

**Immagine in prima pagina:**

Autore **Slava Baranskyi**

Immagine originale: [http://www.flickr.com/photos/woofer\\_kyyiv/3581392721/](http://www.flickr.com/photos/woofer_kyyiv/3581392721/)

Licenza d'uso CreativeCommons: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0/deed.it>