

Newspaper metadata:

Source: Il Mattino - Ed. Salerno Author:
Country: Italy Date: 2019/12/19
Media: Printed Pages: 34 - 34

Media Evaluation:

Readership: 0
Ave € 4.433,33
Pages Occupied 0.42



L'impresa al femminile Artigiane, professioniste e chef al Comune di Salerno per imparare i segreti del marketing digitale col progetto «SheMeansBusiness»



Imprenditrici tra bottega e web

Nico Casale

Dalla piccola bottega conosciuta solo nel vicinato ad un numero enorme di potenziali clienti in tutto il mondo. È un lungo salto, certo. Ma, perché non sia nel vuoto, bisogna conoscere le modalità e, soprattutto, gli strumenti a disposizione. Così, Facebook, con il suo programma globale #SheMeansBusiness, realizzato in Italia con la collaborazione della fondazione Mondo Digitale, punta a formare, in particolare, le donne perché diventino, quanto prima, imprenditrici digitali in grado di sfruttare, al meglio, le piattaforme social. Un'iniziativa che, a Salerno, ha fatto breccia su diversi ragazzi e ragazze che, ieri, a Palazzo di Città, hanno partecipato alla tappa del progetto. Come Lina, imprenditrice artigiana del centro storico che realizza bomboniere e lavora tessuti, che dice di essere «qui, innanzitutto, per curiosità, ma anche per capire dove e cosa migliorare per implementare il business, in un momento come questo in cui il commercio soffre». #SheMeansBusiness ha l'obiettivo di supportare circa duemila donne del Centro e del Sud Italia nell'uso efficace dei social media e del digital marketing per lanciare o far crescere la propria attività imprenditoriale e posizionarsi correttamente sul web. «Introduciamo le

persone agli strumenti di business sui social con le pagine aziendali, quindi come utilizzare Facebook e Instagram e quali differenze ci sono tra le due piattaforme», spiega la coach-speaker per eventi salernitani, Rossella Di Palma della fondazione Mondo Digitale.

LA COACH

Ai ragazzi, Di Palma, esperta di marketing sui social, evidenzia co-

me «Facebook sia diventato uno strumento indispensabile per fare business». Ma, anche come si crea una pagina aziendale sul social, quali immagini del profilo e di copertina caricare, quali informazioni fornire. E, soprattutto, «la comunicazione deve essere costante con almeno due post a settimana per coinvolgere, al meglio, i nostri potenziali clienti», avverte rimarcando l'importanza di «fare

una comunicazione vera e limpida». L'assessore alle Politiche Giovanili e Innovazione, Mariarita Giordano, sottolinea la necessità di «guardare alle nuove tecnologie per riuscire ad intravedere opportunità nuove e diverse di business». E, il progetto #SheMeansBusiness «vuole dare una possibilità in più perché, alle volte, abbiamo la presunzione di saper "smanettare", di saper usare bene i social credendo di essere padroni dello strumento. In realtà, ci sono tante piccole cose che consentono di fare quel salto di qualità, magari di essere avanti nelle ricerche, di promuovere e raggiungere quanti più utenti possibili. Sono piccoli segreti che non tutti sanno e che permettono di fare un marketing più incisivo». Intorno al tavolo della sala Giunta, c'è anche Cristina, chef vegana di cucina naturale, che ha deciso di esserci perché «incuriosita dal fatto che fosse un'iniziativa dedicata prettamente al mondo femminile». Lo scorso anno, #SheMeansBusiness ha raggiunto oltre 4mila donne nei 35 eventi organizzati in 24 città. E, nella seconda tappa salernitana - la prima a settembre scorso a Palazzo Innovazione - c'è anche Silvana che si occupa di formazione e di consulenza nella progettazione turistica secondo cui «è un'occasione di crescita professionale», così da poter spiegare, a sua volta, quanto appreso.