Vincere sui social

GARY VAYNERCHUK
IL GURU DEI SOCIAL

COME I GRANDI IMPRENDITORI COSTRUISCONO IL LORO BUSINESS E LA LORO INFLUENZA E COME PUOI FARLO ANCHE TU!

UNICOMUNICAZIONE

Introduzione[1]

Mia figlia Misha, di otto anni, da grande vuole fare la YouTuber[2].

Probabilmente non c'è da meravigliarsi: molti ragazzini scoprono quello che fanno i loro genitori e decidono che quella è anche la loro ambizione (oltre a fare il pompiere e lavorare allo zoo).

Mia figlia mi vede usare "piattaforme" online per parlare con la gente e sviluppare business e sa quanto mi piace. È chiaro che pensa di voler fare anche lei quello che faccio io.

La cosa forse più sorprendente è che se vai in giro a chiedere ad altri bambini in età scolare che cosa vogliono fare da grandi, molti rispondono che vogliono diventare anche loro YouTuber.

Il personal branding[3], forse, non è ancora un elemento fondamentale per il giorno della presentazione dei percorsi profes-

---

[1] Per ulteriori approfondimenti sugli argomenti di questo capitolo vedere la sezione Note - Introduzione.

[2] Termine per indicare un produttore di contenuti creativi originali per la piattaforma di YouTube.

[3] Il personal branding è l'attività con cui prima si consapevolizza e poi si struttura il proprio *brand* ovvero la propria marca personale.

sionali alle scuole elementari ma i ragazzini, al giorno d'oggi, sanno che fare video su YouTube, postare foto su Instagram, scrivere 280 caratteri su Twitter e chattare su Snapchat è un percorso professionale valido e che, ad alcuni, potrebbe anche portare fama e successo.

Sognano di creare una presenza online che ha molto seguito, così come ai nostri tempi noi sognavamo di diventare stelle di Hollywood. Sfortunatamente, a meno che i loro genitori non siano a loro volta imprenditori o che non abbiano una conoscenza approfondita di quel mondo, reagiranno a queste ambizioni professionali con un «Eh?!» o, ancor peggio, con un cinismo di strette vedute: «Quello non è un vero lavoro». Anche quelli che rispondono con un «Certo, tesoro! Buttati!», sorridendo senza capire, è probabile che in segreto scuotano la testa di fronte alla tenera ingenuità dei giovani.

Per me è terribilmente frustrante.

È evidente che le prime risposte fanno schifo, sotto ogni punto di vista, ma tutte queste reazioni rivelano una totale mancanza di comprensione del mondo in cui viviamo. È un mondo in cui un ragazzino di undici anni e suo padre possono diventare milionari creando un canale YouTube in cui condividono online video di se stessi che tagliano le cose a metà.

Io lo sapevo che le cose sarebbero andate così. Per uno come me, con la tendenza a fare affermazioni esagerate, è un'ironia della sorte che una delle cose più premonitrici che io abbia mai detto possa essere stato il più grande eufemismo della mia vita:

La mia storia sta per diventare molto meno insolita.

L'ho affermato per la prima volta quando Misha era appena nata, nell'introduzione del mio primo libro sugli affari *Spacca sui social.*

In *Spacca sui social* racconto come ho utilizzato internet per creare un brand personale e sviluppare la mia azienda di famiglia, *Shopper's Discount Liquors*, del valore di 4 milioni di dollari, fino a farla diventare un'azienda da 60 milioni di dollari.

La mia strategia era semplice e stravagante per quei tempi: comunicavo direttamente ai potenziali clienti attraverso un video blog ridotto all'osso e "costruivo" relazioni con loro su Twitter e Facebook, invitandoli a un'interazione diretta e individuale come quella tra commercianti e clienti in piccole comunità molto unite, che esistevano solo nei paesi e nei rioni cittadini del secolo scorso.

Quando ho scritto il libro, nel 2009, ero passato dalla mia prima passione, i vini e la vendita, a quella più onnicomprensiva: avviare e sviluppare business. Giravo per il mondo, spargendo la voce a chiunque fosse disposto ad ascoltarmi, dicendo che le piattaforme, che la maggior parte delle aziende e dei leader aziendali definivano ancora come inutili sprechi di tempo – Facebook, Twitter e YouTube – in realtà erano il futuro di qualsiasi attività commerciale.

Ora sembra impossibile, ma la rivoluzione digitale era così giovane che ho dovuto descrivere le piattaforme digitali dei social. A quei tempi, dovevo passare un periodo considerevole di tempo a spiegare che Facebook era quel sito internet in cui si potevano condividere articoli e fotografie, oltre che i propri pensieri e le proprie sensazioni, e che Twitter era una cosa simile, tranne il fatto che era sempre aperta a tutti e limitata, al tempo, a messaggi di 140 caratteri[4].

Il personal branding? Nessuno aveva la minima idea di cosa diavolo stessi parlando.

[4] Ora Twitter permette di scrivere messaggi di 280 caratteri.

Ora è difficile crederlo, ma nemmeno dieci anni fa l'idea che più di un piccolo gruppo selezionato di persone potesse realisticamente sviluppare un'attività commerciale usando i social media era considerata inverosimile.

Oggi gestisco un'enorme società operante nel settore dei mezzi di comunicazione digitali con filiali a New York, Los Angeles, Chattanooga e Londra. Continuo a interagire con persone su Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat e qualsiasi altra piattaforma digitale che riesca a cogliere l'attenzione della gente. Vengo ancora invitato a parlare in pubblico in tutto il mondo, ma raggiungo anche milioni di persone attraverso il mio programma su YouTube di domande sul business *#AskGaryVee*, il mio video-documentario quotidiano *DailyVee*, il mio ruolo su *Planet of the Apps* (un reality-show della Apple sulla creazione di app), e attraverso libri come quello che hai in mano adesso.

Sto avendo più impatto che mai e sono più felice che mai.

E sono tutt'altro che insolito.

Oggigiorno ci sono milioni di persone che, come me, hanno utilizzato internet per creare brand personali, fiorenti imprese e una vita secondo i loro desideri. Quelli che veramente ce l'hanno fatta a colpire nel segno hanno vinto alla lotteria della "maturità": creare un'attività commerciale redditizia attorno a ciò che amano e che gli permette di fare ogni giorno quello che vogliono. Ma, mentre nel 2009 quel "qualcosa" potevano essere le marmellate fatte in casa, o casette sugli alberi fatte su misura, oggi può essere anche il "fare la mamma", essere alla moda o avere una visione del mondo non convenzionale.

In altre parole, puoi usare il tuo brand personale – quello che sei – per promuovere la tua attività commerciale, oppure il

tuo brand personale può direttamente *essere* la tua attività commerciale.

La progenie delle celebrità mondane e le stelle dei reality-show lo fanno già da anni.

Ora è il momento che le persone imparino come farsi pagare per fare qualcosa che avrebbero fatto gratuitamente.

Sono cambiate molte cose da quando ho scritto *Spacca sui social* ma, stranamente, molte cose sono anche rimaste le stesse. Chiunque mi segua regolarmente sa di poter saltare i primi dieci minuti dei miei interventi nelle conferenze, perché ripeterò semplicemente delle informazioni sulla mia vita e la mia opinione sul mondo, quasi esattamente allo stesso modo in cui lo faccio da quasi dieci anni.

Una volta passati quei dieci minuti, però, non si sa mai.

Ed è questo che condividerò con te, in questo libro, la parte del discorso che cambia ogni sei-nove mesi, perché è a quel ritmo che le piattaforme si evolvono. Voglio che tu impari le informazioni più aggiornate su come utilizzare a tuo favore le piattaforme digitali per creare un brand personale potente e duraturo.

La più grande differenza tra il mio primo libro e quello che stai leggendo ora è questa: in questo libro la mia non è l'unica voce. Voglio presentarti altri imprenditori che hanno raggiunto un successo incredibile seguendo i principi spiegati in *Spacca sui social* per creare il proprio brand personale. Alcuni sono noti in tutto il mondo, altri stanno ancora procedendo verso il successo. Tutti amano pienamente la vita. Sebbene ognuno sia unico, sospetto che ti sentirai sollevato ed entusiasmato nel vedere che non sono poi tanto diversi da te.

Come posso dire questa cosa se non ti conosco? Perché il segreto del loro (e del mio) successo non ha niente a che fare con dove sono nati, chi conoscevano, dove sono andati a scuola o a quale settore appartenevano. Invece ha tutto a che fare con la loro comprensione delle piattaforme che avevano a disposizione e a quanto fossero disposti a fare tutto il necessario per far funzionare questi strumenti dei social media al loro massimo potenziale.

E questa, amico mio, è una cosa che posso insegnare a fare anche a te.

Tuttavia, quello che ha funzionato per me non funzionerà per te e viceversa.

Ecco perché l'autoconsapevolezza è così essenziale: devi essere sempre te stesso.

Quello che posso offrirti è una serie di principi universali. Esamineremo ogni grande piattaforma attualmente in uso così che tutti, dagli idraulici (se sei un idraulico, il tuo pilastro dovrebbe essere Facebook; guarda a pagina 285) alle guardie forestali (se sei una guardia forestale, il tuo è YouTube; guarda a pagina 261) sapranno esattamente quale piattaforma usare per i contenuti centrali, e come usare le altre piattaforme per amplificare il proprio brand personale.

Analizzeremo in dettaglio i social network che attualmente dominano il mondo degli affari. Ho già parlato di alcune di queste piattaforme in *Spacca sui social*, ma si sono evolute e ora ci sono modi ancora migliori di utilizzarle.

Ti darò consigli teorici e tattici su come diventare la prossima grande attrazione sulle "vecchie piattaforme", come Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, su quelle "più giovani", come

Musical.ly, sulle piattaforme incentrate sulla musica, come Spotify, SoundCloud e iTunes, e le nuove arrivate, come Alexa Skills.

Chi si muove già da un po' di tempo in queste acque troverà utili le sfumature meno conosciute, i consigli innovativi e le piccole modifiche ingegnose che si sono dimostrate efficaci per potenziare le strategie più comunemente testate e comprovate.

Se mi segui attentamente da anni e pensi di sapere già tutto, ripensaci.

Parlo a migliaia di persone ogni anno e mi sento fare sempre le stesse domande. Se così tanti non hanno ancora perfezionato la propria strategia, è molto probabile che non l'abbia fatto nemmeno tu.

Oggi potrebbe essere il giorno in cui finalmente "cogli" quel piccolo dettaglio che ti aiuterà a polverizzare quello che finora ti ha ostacolato.

Molte delle persone intervistate in questo libro hanno detto di aver letto più volte *Spacca sui social*.

John Lee Dumas, imprenditore e podcaster[5], lo risfoglia ogni anno. È lungo solo 240 pagine, e non è così denso da non poterne cogliere il nocciolo in poco più di un'ora, eppure Dumas ammette di aver ascoltato tre volte l'audiolibro prima di comprendere finalmente cosa intendevo quando parlavo di personal branding. Quel momento di rivelazione l'ha condotto a fondare *Enterpreneurs on Fire*, il suo podcast quotidiano in cui intervista gli imprenditori più innovativi e ispiratori del paese.

[5] Persona che crea e/o gestisce un *podcast*, trasmissione radio diffusa via Internet, scaricabile e archiviabile in un lettore MP3.

Oggi il suo programma è uno dei podcast più ascoltati su iTunes, che gli fa guadagnare intorno ai 200.000 dollari al mese. Lo so perché pubblica i suoi bilanci ogni mese sul suo sito internet, e condivide i dettagli delle spese nei suoi podcast in modo che gli altri imprenditori possano imparare dalle sue mosse astute ed evitare di commettere i suoi stessi errori. Questo è solo un esempio del tipo di sorprese e di perle che gli imprenditori intervistati in questo libro "tirano fuori" regolarmente, per distinguere il loro brand personale da quello dei propri concorrenti e conquistare frotte di fan leali e adoranti. Come sempre, sarò sincero con te: anche assorbendo ogni concetto e seguendo ogni singolo consiglio contenuto in queste pagine, la maggior parte dei lettori di questo libro non diventeranno milionari.

Non smettere di leggere! Nessuno di quelli intervistati in questo libro sapeva che sarebbe diventato ricco; lo sono diventati perché erano incredibilmente e straordinariamente bravi in quello che facevano, e perché lavoravano talmente sodo che nessun altro è riuscito a tenere il loro passo.

La maggior parte ha iniziato con ambizioni modeste: guadagnare abbastanza da potersi godere le cose belle della vita, raggiungere una situazione stabile, riuscire a mantenere se stessi e la propria famiglia vivendo secondo i propri desideri.

Se riesci a raggiungere questo tipo di ricchezza non ti serviranno i soldi. E chissà, magari lungo la strada anche tu, come John Lee Dumas e i suoi compagni, scoprirai di avere il talento e le conoscenze nel campo del marketing per diventare milionario. C'è solo un modo per scoprirlo. In ogni modo, ci guadagni.

Ci vogliono fuoco e pressione per trasformare un pezzo di metallo insignificante in una sofisticata opera d'arte. Questo libro

è pieno di consigli e fonti di ispirazioni provenienti da altri che hanno già attraversato quelle fiamme; lasciati guidare da loro per vedere che cosa sei capace di diventare.

Prendi per esempio il caso di Louie Blaka (IG: @louieblaka), che ha spiegato in un'e-mail come da insegnante di discipline artistiche è diventato un artista di successo, fidandosi del proprio istinto e mettendo all'opera la sua passione.

> «Sono un insegnante di discipline artistiche ma in fondo, nel mio cuore, sono un artista. Tre anni fa ho deciso di provare a lanciare la mia carriera di artista al di fuori del mio lavoro di insegnante a orari fissi. La mia attività artistica è decollata, ma non così bene quanto speravo. Non ho mollato, ma mi sono scoraggiato un po'. Ho ascoltato *Spacca sui social* due anni fa, e mi ha aiutato a pensare più in grande che limitarmi semplicemente a vendere quadri. Ho visto che in giro stava sorgendo la moda di fare corsi combinati di pittura e di degustazione di vino. Mi sono chiesto perché non fare anch'io corsi simili, dato che avevo una laurea in pedagogia unita a un'esperienza come artista professionista (Perché non ci ho pensato prima?). Così ho seguito il tuo consiglio di fare pubblicità attraverso i social media e ho organizzato una lezione gratuita di pittura e degustazione per l'università che avevo frequentato, la Montclair State. Ho postato una foto dell'evento su Instagram e ho cominciato a ricevere richieste di informazioni per prenotare dei corsi. Ho cominciato con dieci partecipanti e una lezione circa una ogni due o tre mesi e, piano piano, sono arrivato ad almeno tre

> lezioni al mese, con la prossima in cui ho *cento* partecipanti già prenotati. Ho speso *zero* dollari per il marketing, tutto fatto attraverso Instagram (IG) e passaparola. Sono riuscito a promuovere i miei quadri (come artista) attraverso i miei clienti delle lezioni di pittura e vino. Ho preso tutti i materiali inutilizzati o i "rifiuti" delle mie lezioni e li ho usati per creare le mie opere.
>
> Sono riuscito a far crescere la mia attività di artista dal vendere un quadro per 200 dollari ad avere un quadro in asta per 1.300 dollari al *NYC Coffee Festival* a settembre scorso. Ho avviato il mio business di pittura e vino con un evento gratuito a cui hanno partecipato circa 10 persone al campus universitario e ora spero di raggiungere la soglia di 30.000 dollari di vendite l'anno prossimo (so che non è molto ma per un artista, che è anche insegnante a tempo pieno, è *tantissimo*)».

L'esplosione di YouTube e di Instagram, l'avvento dei podcast, l'ubiquità di piattaforme come Facebook e Twitter: tutto ha portato al punto critico che avevo previsto nove anni fa. Hai già gli strumenti che ti servono per costruire il potente brand personale che può cambiare il tuo futuro. Se è da un po' che ci provi e non sei arrivato dove vorresti, questo libro ti spiegherà perché.

Se sei in serie D e miri ad arrivare in serie A, io posso aiutarti a salire quella scala (e ti capisco, io sono stato in serie Z per anni e so qual è la vista da là sotto).

Se ti sei creato scuse verrai smascherato, e a quel punto puoi decidere se smettere di cazzeggiare e cominciare a realizzare

quello a cui miri, oppure ammettere che la tua versione dell'avere successo è un po' diversa da come pensavi che fosse all'inizio.

Vedi, questo libro è rivolto a due tipi di pubblico.

Il primo sono persone che, nel profondo del loro cuore, sanno di essere nate per creare qualcosa di grande. Gli imprenditori per "natura" dovrebbero trovare tutte le informazioni che gli servono per migliorare i tentativi che stanno facendo attualmente o cominciare a fare i propri piani.

Il secondo tipo di pubblico è composto da coloro che vogliono crearsi una nuova carriera o che vogliono reinventarsi, perché ormai il proprio settore gli "sta stretto" o, ancor peggio, coloro per i quali il settore si sta restringendo. È nell'interesse di tutti costruire un brand personale, anche se non gli interessa un granché diventare ricchi o famosi. Non sei esperto nell'uso del computer? Procurati le conoscenze e le abilità che ti servono per farlo.

Non è difficile, e molti di quelli con cui ho parlato per scrivere questo libro avevano poca esperienza nell'usare i computer, proprio come te. Nel caso non l'avessi notato, nessun lavoro è particolarmente stabile. Immagina quanto ti sentiresti sicuro se avessi un tuo business a parte da poter espandere se, inaspettatamente, ti ritrovassi con nient'altro che tempo a disposizione (vedi Pat Flynn a pagina 172). La disperazione può essere una grande fonte di motivazione, ma è molto meno stressante se pianifichi in anticipo, così da non doverlo mai provare di persona.

Se guadagni quello che ti serve per vivere la vita che desideri e ami ogni minuto della tua giornata, hai fatto centro. È tutto quello che desidero per te.

Penso agli amici con cui sono cresciuto che amavano i videogiochi, ma i cui genitori li hanno costretti a smettere di giocare perché quei giochi erano nuovi, facevano paura e li distraevano dallo studio.

Quei ragazzi sono cresciuti, riuscendo a mantenersi e a condurre una vita decente ma facendo qualcosa che tollerano a malapena o, addirittura, che odiano. Se solo i loro genitori fossero riusciti a capire come si sarebbe evoluto il mondo. Forse il bambino che è diventato un avvocato per far felice i suoi genitori avrebbe potuto guadagnare gli stessi soldi come promotore di *eSports*[6] (gaming competitivo), oppure guadagnare milioni come *e-gamer*[7] professionista. A ogni modo, quell'avvocato ora sarebbe infinitamente più felice.

I genitori stanno cercando di dissuadere i propri figli dal giocare a *Pokémon Go*, quando i giochi che hanno a che fare con la realtà aumentata saranno in crescita *oppure* si moltiplicheranno per generazioni. Pensano che le proprie figlie dovrebbero fare meno *Slime*[8] e più algebra. Lo *Slime* potrebbe essere solo una moda passeggera, oppure potrebbe diventare il modo in cui una ragazzina impara le dinamiche di domanda e offerta su Instagram, per poi costruire un brand personale e un'attività da un milione di dollari.

La cosa assurda è che non sarebbe la prima.

Karina Garcia l'ha fatto. Era una cameriera e ora è una star di YouTube famosa che fa (sì, hai indovinato), cose con lo *Slime*.

---

[6] Sport elettronici.

[7] Giocatore di sport elettronici.

[8] Lo *Slime* (o *Slaim*) è una sostanza gelatinosa, viscosa e colorata; è uno dei giochi più amati dai bambini.

Quanto successo ha ottenuto? Con entrate da centinaia di migliaia di dollari, ha potuto mandare in pensione i suoi genitori. Nell'agosto del 2017 ha fatto una tournee di sette settimane con tappe in 15 città per incontrare i suoi fans. La gente ha pagato da 40 a 99,99 dollari per i biglietti VIP.

Storie come queste non sono più così rare, e dimostrano come dobbiamo lasciare ai nostri figli la massima libertà possibile di fare ciò che amano di più. Perché nel loro mondo non ci sarà niente di irraggiungibile quando si tratta di come guadagnarsi da vivere e costruirsi una carriera eccezionale.

Quando ero un ragazzino che raggiungeva a malapena la sufficienza in pagella, e venivo beccato a leggere i listini dei prezzi delle figurine del baseball durante le lezioni così da sapere quanto chiedere per gli scambi, tutti mi dicevano «Non combinerai mai nulla di buono». Oggi direbbero «Sarai il nuovo Zuckerberg». Quando si tratta di opportunità professionali, ora è il momento migliore per crearsi un posto nella storia dell'umanità. Io non voglio che nessuno sprechi la sua occasione.

Se ti porti a casa qualcosa di utile o di prezioso da questo libro, spero che ne darai una copia a qualcuno a cui tieni che non è contento del suo lavoro attuale. Se sei un genitore, dallo ai tuoi figli così che possano cominciare a immaginare cosa e chi vogliono diventare. Non lo dico perché voglio vendere più libri. Prendilo in prestito in biblioteca, non mi interessa. Lo dico perché voglio che tutti sappiano che queste opportunità esistono, in modo tale che se qualcuno è triste o insoddisfatto, spaventato o nei guai, possa fare qualcosa per cambiare le cose.

Se tieni alle persone che fanno parte della tua vita, vuoi che siano felici facendo qualcosa che amano.

La vita è breve; la sua breve durata e imprevedibilità è l'unica cosa in assoluto che mi spaventa. Ma è anche lunga; un cinquantenne potrebbe ancora avere davanti quaranta o addirittura cinquanta anni di vita produttiva. Essere il più soddisfatti ed entusiasti possibile di quello che facciamo è una cosa che dobbiamo a noi stessi e a coloro che amiamo. Ci sono così tante cose incontrollabili nella vita, ma la nostra felicità non deve per forza far parte di quelle... e nemmeno il nostro lavoro. Possiamo avere tutto il controllo. In ogni minima parte. Prima ce ne rendiamo conto, meglio è per tutti.

Non posso fare niente per renderti più creativo, ma spero di poterti mettere nello stato mentale giusto perché, quando sarai pronto a liberare la tua creatività, tu ci possa riuscire. Spesso ci viene detto che dobbiamo fare una scelta: adattarci a fare qualcosa di tollerabile per far soldi, oppure seguire la nostra passione aspettandoci di essere poveri. Ci sono ancora in giro persone che credono che sia raro trovare una persona che ama il suo lavoro. Sono stronzate. Le scelte sono infinite quando capiamo l'ambiente digitale di oggi, e sono infinite anche le nostre opportunità.

Basta solo avere il coraggio di fare un passo avanti e fare una scelta. Sentirai storie di persone che avevano paura, proprio come te. Persone che avevano obblighi e responsabilità, proprio come te. Persone a cui è stato detto che erano folli, o spericolate, o irresponsabili, o immature. L'hanno fatto comunque e ne hanno goduto la ricompensa.

Se c'è una cosa che questo libro dovrebbe insegnarti, è che l'unica cosa che ti impedisce di raggiungere la felicità duratura nella vita personale e professionale sei tu.