

RUDY BANDIERA

IL POST PERFETTO

PER INSTAGRAM



**MINI MANUALE SUL COME CREARE
STORIES, FOTO E VIDEO PERFETTI**

IL POST PERFETTO PER INSTAGRAM

MINI MANUALE SUL COME CREARE STORIES, FOTO E VIDEO PERFETTI PER INSTAGRAM

Prima di cominciare permettimi due parole su di me, nel caso non mi conoscessi e tu abbia scaricato questo mini-Manuale di corsa.

Mi chiamo Rudy Bandiera (sì, è il mio vero nome), questo è il mio sito ufficiale di presentazione e sono autore di libri sul Web Marketing, docente e TEDx speaker. Di seguito alcuni link per ascoltare o leggere altri miei contenuti, su canali un po' meno consueti rispetto al solito ;)

Audible: “Vita da web”: <http://bit.ly/2Zze86B>

Spotify: “Rudy Bandiera docet”: <https://spoti.fi/31H7E7t>

I miei libri su Amazon: <http://bit.ly/LibriAmazonRudy>

Ah, inutile dirti che mi devi seguire su Instagram! [@RudyBandiera](#)

2019 © Rudy Bandiera.

Tutti i marchi riportati in questo eBook appartengono ai legittimi proprietari

Il presente manuale non può essere venduto, duplicato, modificato e distribuito senza autorizzazione dell'autore.

Il presente manuale gratuito ha come unico scopo la diffusione ai fini promozionali.

Prima edizione giugno 2019 - ver. 1.0



INTRODUZIONE

Instagram è diventato parte del nostro quotidiano. Sia che restiamo a casa o siamo in viaggio, sia da soli che in compagnia, ormai condividere su Instagram è diventata un'abitudine, un gioco per alcuni, una passione per altri, un lavoro per altri ancora, un'occasione per far crescere il proprio brand.

Instagram ha aperto e sta continuando ad aprire un mondo di possibilità, come si traduce questo in numeri?

Gli utenti attivi mensili sono circa 1 miliardo, in Italia gli utenti attivi mensili sono ben 19 milioni. L'Italia ama questo social che è entrato sempre più nelle vite degli italiani grazie soprattutto alle Instagram Stories.

Sono circa 400 milioni gli utenti al mondo che usano giornalmente le stories.

Il tutto si converte in una stima di 895 milioni di utenti attivi mensili raggiungibili dalla pubblicità su Instagram.

Inutile quindi ribadire le potenzialità che si possono ottenere da questo social, ma

come creare un profilo che funzioni, che spacchi su Instagram? Come creare il post ad hoc per le tue esigenze?

La regola generale per avere un profilo che spacca è la stessa su tutti i social: i tuoi contenuti devono essere di qualità, devono trasmettere questa qualità ai tuoi follower, i tuoi contenuti devono essere di valore, soprattutto devono emergere.

Non solo servono contenuti di qualità, serve anche saper spiccare tra i tanti contenuti presenti. Sapersi distinguere è la parte più complessa e più importante di Instagram. Bisogna essere riconoscibili, bisogna essere abili ad emergere tra centinaia e centinaia di contenuti simili l'uno all'altro.

Una foto bella non basta per avere un profilo di successo, anzi!!

Sapersi distinguere significa attirare l'attenzione dell'utente che scorre tra le varie foto mentre è sull'autobus, mentre è intento nella stragrande maggioranza dei casi, a fare tutt'altro che prestare reale attenzione alle foto su Instagram. Significa attirare il suo sguardo, farlo soffermare sulla tua foto e farlo interagire con essa con like, commenti e save.

TUTTO QUESTO COME SI CONCRETIZZA?

Prima di tutto bisogna avere chiaro che cosa vuoi comunicare con il tuo profilo, che orientamento vuoi dargli, che aspetto vuoi dare alla tua galleria.

Se noti, molti instagrammers, soprattutto tra i più grossi, quelli che seguiamo un po' tutti per intenderci, hanno una certa linearità nel loro profilo, trattano determinati argomenti, il loro stile è riconoscibile, le loro foto hanno le stesse tonalità cromatiche e composizioni simili.

Quindi, prima di capire come scattare una foto per il tuo profilo Instagram, devi capire che impronta vuoi dare su questo social. Il tuo profilo è la tua vetrina, chi arriva sul tuo profilo, deve capire subito chi sei e che cosa fai, e questa persona individua subito se ciò che vede è in linea con i suoi gusti e il suo stile oppure no, quindi decide in una frazione di pochi secondi se seguirti o meno, per questo al di là della singola foto, è molto importante curare l'aspetto generale del tuo profilo.

Inizia quindi col capire bene che cosa vuoi fare su Instagram. Chi sei? Un privato? Un'azienda? Un appassionato di fotografia? Un blogger? Un meccanico?

E cosa vuoi fare su questo social? Raccontare ciò che fai? Condividere i tuoi scatti? Promuoverti?

Devi chiederti, in sostanza, chi sei, cosa vuoi far trasparire di te su Instagram e cosa no, quali obiettivi ti sei prefissato. Devi inoltre avere ben chiaro che cosa vuoi comunicare su questa piattaforma e cosa non meno importante a chi ti vuoi rivolgere, quali sono i tuoi follower ideali e come fidelizzarli.

Hai già uno stile ben definito o lo stai ancora cercando? In quest'ultimo caso inizia a osservare bene quali foto ti piacciono e per quale motivo di attirano rispetto ad altre, come possono ispirarti questi scatti per cercare una tua identità. Questo vale per le foto come anche per la scelta del profilo da creare come anche per lo stile da dare alle stories. Quali stories apri subito appena le vedi e perché lo fai?

Osservare e capire prima di tutto la motivazione dietro alle tue azioni su Instagram è fondamentale per delineare la strategia da seguire su questo social.



COME CRESCERE SU INSTAGRAM?

Una volta capito che cosa vuoi mostrare sul profilo, cosa vuoi comunicare e a chi, ti domanderai: *“Si ma quando inizio a crescere? Quando inizio a vedere i numeri?”*.

Crescere e accumulare tot k follower su Instagram è ciò a cui ambisce la stragrande maggioranza delle persone, come fare?

Quantità e qualità vanno di pari passo, non può prevalere una sull'altra non può esserci una senza l'altra.

Bisogna fare contenuti di qualità e bisogna farli spesso. Un post tutti i giorni, una foto interessante e una caption accattivante sono il primo passo.

Un contenuto giornaliero di qualità che possa essere utile e interessante per il pubblico cui ti rivolgi non è affatto facile da realizzare e di certo non dà subito un immediato successo, ma lo darà nel lungo periodo.

A questo si aggiunge la possibilità di fare sponsorizzazioni. I propri post creati su Instagram possono essere sponsorizzati sulla piattaforma nella home e nelle stories, investendo la somma che più preferisci, scegliendo il target a cui vuoi rivolgerti, basandoti anche sui dati forniti da Instagram stesso (se hai un account aziendale).

Esiste però una grande “fregatura” all'interno di Instagram.

Instagram è un social pompato, dove molti, la maggioranza dei profili a dir la verità, per crescere acquista like o follower, falsi e no, oppure pagano canoni mensili o annuali per i BOT, programmi, automatismi che mettono like, commenti in modo automatico a determinati profili in base alle impostazioni inserite, o ancora gruppi POD di scambio like e commenti e altri trucchi di questo tipo.

Come competere e come crescere quando quasi tutti barano per farlo?

In questo caso la scelta è tua, puoi scegliere di giocare sporco come gli altri e avere una crescita sicuramente più veloce oppure non “giocare sporco” cercando di crescere più lentamente ed investendo il proprio denaro o le proprie risorse in modo diverso.

Tutto dipende da ciò che ti sei prefissato di ottenere da Instagram e dal tempo che hai a disposizione per ottenerlo.

Seguendo i consigli di questa guida però, avrai di sicuro un'ottima base di partenza per poter creare post che funzionano e attuare la strategia migliore per crescere con il proprio profilo.



QUANDO PUBBLICARE SU INSTAGRAM?

Iniziamo con la domanda che viene posta più spesso: quando devo pubblicare su Instagram?

Il consiglio che va per la maggiore è di pubblicare negli orari del pranzo e della cena, pubblicare in quei momenti in cui le persone sono in pausa o sono maggiormente libere o annoiate e si suppone quindi che siano sui social e scrollino la home di Instagram.

Bisogna quindi pubblicare sempre in quelle fasce orarie? No.
Non esiste l'orario perfetto per pubblicare.

L'orario perfetto lo decidi tu, in base alla strategia che vuoi applicare, in base agli eventuali test che hai fatto, in base ai dati statistici offerti da Instagram, in base al tempo che hai a disposizione.

Prima cosa da fare è quindi fare delle prove, pubblicare in diversi orari per vedere quali sono i momenti di maggiore attività dei tuoi follower, quali sono, per intenderci, gli orari in cui hai maggior engagement sul profilo.

Seconda cosa da poter fare per capire a quale orario è meglio pubblicare, è passare ad un profilo aziendale. Passando ad un profilo aziendale, Instagram ti mette a disposizione una serie di dati relativi al tuo pubblico, ai tuoi post e alle tue storie, utili per capire chi è l'utenza media che ti segue e quando è maggiormente attiva.

Ovviamente questi dati non sono da prendere alla lettera, rappresentano comunque una buona traccia da seguire.

Se sei amante delle app, ti suggerisco di dare un'occhiata a Whentopost, al momento solo per IOS, questa app analizza il tuo profilo Instagram e ti indica a quale orario è meglio pubblicare, avviando un countdown al termine del quale poter caricare il proprio post su Instagram.

Ricorda che avere continuità nel pubblicare i propri post premia sempre ma non esagerare! Un post fino ad un massimo di 3 durante l'arco della giornata è già sufficiente, mentre se hai altro da raccontare, magari valuta di inserirlo nelle stories.



FOTO: COME, COSA, QUANDO SCATTARE?

Gettate queste premesse e una volta stabilita la direzione da prendere con il tuo profilo di Instagram, bisogna iniziare a lavorare sulla materia prima: le foto.

Come scattare le foto per Instagram ma soprattutto, basta una foto bella per fare colpo?

No. Sono cambiati i gusti delle persone, sono cambiati gli stili. Si parla addirittura di foto instagrammabili, di foto ad hoc con una certa inquadratura, una certa composizione, realizzate apposta per il pubblico di Instagram.

Se da un lato le foto patinate, editate e studiate attirano ancora l'attenzione, dall'altro iniziano anche a stancare l'utenza che spesso le scambia per pubblicità.

D'altro canto, foto spontanee, non studiate, non editate, scattate e pubblicate senza fiocchi e ritocchi, attirano sempre più l'attenzione dell'utenza media del social per un semplice motivo, sembrano più reali, più vere, più vicine a noi.

Quante volte ti è capitato di chiederti come mai foto che ritieni brutte, sgranate, sfocate attirano più like delle tue? O quante volte ti sei domandato come mai quel profilo, secondo te senza cura, ha più follower del tuo dove magari studi la composizione non solo dello scatto ma pure della griglia delle foto?

Il motivo è semplice: **l'estetica non è tutto.**

Quindi bisogna scattare senza minimamente curare stile, composizione e luce?

No. Bisogna trovare il proprio stile, la propria originalità, questo è ciò che vince su Instagram.

Copiare ciò che fanno gli altri non ha senso se non corrisponde a ciò che sei e ciò che vuoi comunicare. A lungo andare diventa un'attività più frustrante che gratificante. Cercare il proprio punto di distinzione è invece l'asso nella manica di chi riesce a crescere su Instagram.

C'è qualche buona norma da seguire, qualche consiglio che può aiutare a far balzare meglio l'occhio sul tuo scatto piuttosto che sugli altri.

Scattare foto in verticale è utilissimo per occupare più spazio nello schermo del cellulare mentre si scrolla il feed. Il formato verticale 4:5 occupa il 70% dello schermo rispetto al formato quadrato 1:1 che occupa all'incirca il 50% dello schermo.

Occupare più spazio offre una possibilità in più di essere notati dagli altri utenti e quindi una chance maggiore di ricevere like e follow.

Scattare non è solo questione di orientamento della fotocamera. La luce è uno degli aspetti fondamentali, la luce è ciò che dà carattere alle foto.

La luce morbida della mattina, come anche la luce calda del tramonto, sono l'ideale per dare quel tocco in più allo scatto, è quindi fondamentale sfruttare e giocare con la luce naturale.

Occhio alle linee. Diciamo che, le foto storte o con la linea dell'orizzonte storta, non piacciono a nessuno. Quando scatti, fai attenzione alle linee dritte, cerca di seguirle per dare dinamicità e profondità al tuo scatto.

Un supporto fondamentale in quest'ultimo caso è la griglia del proprio smartphone o della propria fotocamera. Attivare la griglia sul display permette di capire meglio come individuare le linee dritte e dove collocare oggetti e persone nell'area di scatto.

Il vero plus per le tue foto lo fanno però i tuoi gusti personali e i gusti del tuo pubblico e questo lo si comprende solo sperimentando per capire cosa funziona realmente e cosa invece no.

Un errore comune è infatti quello di creare foto belle ma tutte uguali a milioni e milioni di altre foto con le stesse caratteristiche.

Il post che spacca su Instagram lo riesci a realizzare se trasformi i tuoi scatti da semplici foto a immagini straordinarie, e per straordinario non intendo dire incredibilmente bello ma incredibilmente personale, distinguibile, la tua personalità deve trasparire in quello scatto.



ALTRO FATTORE DA TENERE A MENTE PER LE FOTO È L'EDITING

Editare una foto non significa modificarla interamente nella sua forma e colore, significa darle un tono, farla parlare, darle quel luccichio in più che la distingue.

Non bisogna quindi abusare dell'editing, ma bisogna vederlo come un valido aiuto per il proprio profilo.

L'editing entra in gioco quando si vuole raddrizzare una foto scattata inconsapevolmente storta, oppure quando si vogliono modificare determinate linee o tagliarla.

È utile anche per dare una certa linearità cromatica al profilo, sia lavorando manualmente sulle curve di colore, sia con filtri già impostanti all'interno delle app.

Un tool molto utile per editare i propri scatti è Snapseed, applicazione di Google, utilissima per quanto riguarda l'editing a tutto tondo per luce, saturazione, contrasto, ritagli e modifiche fino anche a correzioni e filtri. SI può scaricare sul proprio smartphone e lavorarci e perché no, per giocare con immagini e dargli quel tono più accattivamene, particolare, da renderle distintive.



DARE VOCE ALLE FOTO: LA CAPTION

Instagram non è solo questione di foto, la caption, la didascalia, gioca un ruolo importante per rendere ancora più comunicativa l'immagine e per generare più facilmente commenti sotto al proprio post.

Per rendere il proprio post ancora più d'impatto, per farlo letteralmente parlare, serve una didascalia interessante, che attiri l'attenzione, che attragga l'utente.

Prima di tutto la caption deve essere il più lineare possibile, senza hashtag (di cui parleremo) che interrompono la lettura, magari inserendoli solo alla fine della didascalia o nel primo commento, rendendo la lettura più scorrevole anche dal punto di vista visivo.

La caption della foto deve raccontare qualcosa, deve trasmettere un'idea, una sensazione, deve essere il motivo per cui le persone continuano a seguirti.

Ormai solo la bella foto non basta, questo lo abbiamo già detto, ma non basta anche perché l'impatto emotivo lo dà proprio la didascalia.

Raccontare le proprie esperienze o aneddoti, permette a chi ti legge di sentirsi più vicino a te e di indentificarsi nelle tue parole.

Dare informazioni utili, suggerimenti, riflessioni sull'attualità, rende il tuo profilo interessante e invoglia le persone a continuare a seguirti per poterne trarre qualcosa.

Su Instagram, come su tutti i social, funziona sempre la regola del dare per avere. Se non dai nulla a chi ti segue, avrai lo stesso in cambio. Poter invece trasmettere un valore o dare qualcosa di te agli altri, stimola il tuo pubblico a reagire di conseguenza, interagendo con te.

Bisogna sempre essere consapevoli che Instagram è un social e come tale si socializza. Non è una piattaforma in cui si mostra quanto si è bravi a fare una foto o d'altro canto si mostrano i propri selfie a tutto schermo, è un social, si interagisce con altre persone, si può chattare, commentare, ma tutto questo è possibile se si stimolano gli utenti e nello specifico i propri follower a farlo.

Per dare una spinta in più all'engagement delle tue foto, puoi anche porre domande nella tua didascalia, incoraggiare i tuoi follower a commentare, a dire la loro opinione o raccontare la loro esperienza.

Altro punto importante è rappresentato dalla Call to Action. Poter inserire nella propria didascalia una "chiamata all'azione" può essere spesso utile per indirizzare le persone a compiere un atto specifico, magari visitare il tuo sito o cliccare nel link inserito nella bio.

Attenzione però, la didascalia non deve essere composta solo di una call to action, deve trasmettere un valore a chi la legge e questo valore non è "vai a leggere quello che scrivo" o "clicca nel link in bio" o "commenta sotto al post" oppure "segui il mio profilo", deve raccontare qualcosa che risulti essere interessante, emozionante, qualcosa che le persone possono trovare utile o in cui possono riconoscersi e rispecchiarsi, questo è il vero plus della caption.



CRESCERE CON GLI HASHTAG

Il metodo più veloce ed efficace per ottenere una buona visibilità del proprio post, nuovi follower e like è lavorare bene sugli hashtag da usare.

Gli hashtag sono una sorta di etichetta che danno un particolare indirizzo, una particolare identità al post.

L'utilità degli hashtag è duplice, da un lato permette di far crescere la propria pagina e il proprio post, inserendo gli hashtag che potenzialmente porteranno la tua foto ad essere vista da altri utenti anche al di fuori dalla tua cerchia di follower.

Dall'altro lato gli hashtag sono molto utili per trovare l'ispirazione per nuove foto. Gli hashtag collegati a community come #viaggiare sottocasa #facelessportrait #fromwhereistand #igersitalia #weareigersit giusto per citare qualche esempio, sono spunti non solo per aumentare engagement ma anche per farsi ispirare da nuove tipologie di scatto e di post su Instagram.

Quindi quando si scelgono gli hashtag per il proprio scatto, non bisogna solo valutare la visibilità che questi possono potenzialmente dare, ma anche conoscere la community attorno a quello specifico hashtag e all'ispirazione che questi possono dare per il tuo profilo.

Entrando nello specifico del creare engagement, ogni hashtag su Instagram ha una pagina, divisa in due sezioni ossia foto in evidenza e post recenti. Il modo migliore per ottenere una buona prestazione del proprio post è finire nella pagina delle foto in evidenza degli hashtag che usi. La pagina delle foto in evidenza offre un grande vantaggio: la visibilità ovviamente.

La pagina in evidenza è la prima cosa che vedono le persone che vanno a cercare un determinato hashtag. Avere la propria foto tra le prime in evidenza è utilissimo per aumentare la visibilità del proprio post e del proprio profilo.

Il tuo obiettivo quindi si orienta nel creare una strategia di hashtag che permetterà di finire tra i post popolari di un determinato hashtag. Comparire tra i post più popolari però, è tutt'altro che semplice. Per questo è necessario utilizzare la combinazione di hashtag giusti.

QUALI HASHTAG BISOGNA SCEGLIERE?

Scegliere hashtag molto generici come #instalike #photooftheday #firstpost risulta essere ormai inutile, ti troverai a “competere” con una marea di altri post e sarà molto difficile riuscire a rientrare tra i più popolari.

Serve utilizzare una buona combinazione di hashtag e per trovare la combinazione giusta per te ci possono essere diverse app e servizi online come anche fare un po' di ricerca all'interno del social stesso.

DOVE TROVARE GLI HASHTAG PIÙ ADATTI ALLE PROPRIE FOTO E AL PROPRIO PROFILO?

Cercando. Una prima ricerca la si può svolgere osservando quali hashtag utilizzano i profili affini al tuo o i profili dei tuoi competitor. Ricercare gli hashtag su Instagram impiega tempo ma è tempo ben speso perché saranno proprio queste “etichette” ad aiutarti a crescere.

Nella scelta dell'hashtag non valutare solo ed esclusivamente il volume dei post delle varie pagine di hashtag. Cerca di sceglierli in base anche a singoli concetti rappresentativi della tua foto (#ferrara #castelloestense) in base a delle community di riferimento, come detto prima, legate a questo hashtag (#igersferrara #weareigersit) mentre scrivere frasi intere rischia di rendere un hashtag talmente specifico da non avere la visibilità sperata.

Altro consiglio per chi vuole realizzare una propria community o vuole trasmettere un messaggio con il proprio profilo Instagram è creare un proprio hashtag, originale, nuovo, mai usato prima e con un messaggio ben preciso che motiva la scelta, invitando le persone ad usarlo nei loro post e poter così raccogliere nuovi followers.

Hai a disposizione 30 hashtag ma non devi necessariamente usarli tutti. Usa quelli che servono, usali in modo ragionato e cerca di variare ogni tanto, evitando di mettere sempre gli stessi hashtag sotto tutte le foto.



SFRUTTARE AL MASSIMO LE STORIES

Era il 2 agosto 2016 quando su Instagram sono comparse le stories, un'idea geniale che ha rivoluzionato il modo di comunicare su Instagram.

Le storie permettono di raccontarsi in modo quasi simultaneo e non devono essere viste solo come un gioco dove è possibile inserire filtri buffi per ragazzini, ma può essere una vera occasione per poter presentare i dietro le quinte di un evento, per raccontare i retroscena della propria realtà aziendale.

Le stories sono un modo ancora più immediato per interagire con i propri follower, sia per raccontarsi o raccontare un evento, sia per raccogliere già delle prime risposte o opinioni usando alcune funzioni come sondaggio o domanda.

È un metodo rapido ed istantaneo per avere subito dati freschi utili per orientare la propria comunicazione su questo social e permettono di rendere il tuo profilo ancora più personale mettendoci la faccia.

COME FARE DELLE STORIE PERFETTE?

Parla, mettiti in prima persona. Le storie in cui sono presenti soltanto immagini o video muti non hanno lo stesso appeal di una storia in cui sei tu a parlare o a raccontare quello che sta succedendo.

Fai dei test, vedi che stile di storia piace di più ai tuoi follower, sperimenta tra font e filtri e cerca di trovare uno stile che ti indentifichi. Ritorniamo a una delle domande fatte all'inizio di questa guida: quali sono le storie che apri subito appena entri su Instagram? Perché apri subito quelle?

Per rendere più originali le tue storie, puoi anche sfruttare delle applicazioni esterne che ti permetteranno grazie a template pre-realizzati, di dare un nuovo stile ai tuoi brevi filmati.

App come per esempio possono essere Unfold o StoryArt, offrono una vasta gamma di template tra gratuiti e a pagamento, da poter utilizzare per le proprie storie, in modo tale da renderle più dinamiche, più accattivanti e che incentivino le persone a continuare a guardarle.



IGTV

Fare video è difficile, molto difficile, ma una volta fatti è bene sfruttarne le potenzialità ovunque sia possibile farlo!

Non mi dilungo sul come fare video, anche perché trovate tutti i dettagli (anche tecnici) nel libro “**CREA contenuti efficaci**” ma è importante sapere un paio di cose fondamentali.

I video su IGTV non hanno i limiti di tempo dei video in timeline, quindi possono essere gestiti in modo separato ma, soprattutto, possono essere caricati da computer. Questo è un quid notevole, rispetto a contenuti che possano essere gestiti solo da cellulare. Perché?

Perché aumenta la comodità! Mi spiego, io per esempio faccio i video e poi li edito per YouTube, LinkedIn e Facebook, con un formato orizzontale e con una copertina adeguata. A questo punto li ri-edito in formato verticale (un normalissimo full HD in verticale) per poterli mettere nativamente e perfetti su di una piattaforma che viene usata cellulare alla mano (Instagram) e di conseguenza mi trovo con i file montati sul computer e quindi... bingo!

Il caricamento da lì è semplice e veloce, senza ulteriori passaggi.

ORA HAI TUTTE LE CARTE IN REGOLA PER CRESCERE SU INSTAGRAM

Ricorda, Instagram è un social e come tale serve relazionarsi con gli altri per ottenere risultati.

È giusto voler crescere e studiare strategie utili a farlo, ma il vero plus è saper trasmettere qualcosa di buono e utile, solo così potrai ottenere una reale crescita sui social!

Ora non ti resta che provare, sperimentare, giocare con la creatività e divertirti!

F I N E

RUDY BANDIERA

Sono autore di libri su Web Marketing e tecnologia, creator, docente e TEDx speaker: sviluppo strategie e aiuto aziende e professionisti a generare fiducia e a comunicare in modo efficace online. Ah, Rudy Bandiera è il mio VERO nome.

Come relatore ho preso parte a decine di eventi prestigiosi come **TEDx Bologna**, **Senato della Repubblica**, **Camera dei Deputati** e sono stato il presentatore/anchorman -tra gli altri- di eventi **Google**, **Accenture**, **Oracle**, **Randstad**, **Confindustria** e il **TEDx Roma**.

Ho tenuto lezioni, master e seminari un po' ovunque, tra questi a **IED**, **Ca' Foscari**, **Università di Pisa**, **UNIBO** e **CUOA business school**.

Ho insegnato *“teorie e tecniche di digital public relation”* all'Università IUSVE, a Venezia e Verona.

Sono il socio fondatore insieme a Riccardo “Skande” Scandellari di NetPropaganda, un laboratorio Academy che si occupa di accompagnare aziende e privati nel creare la propria identità nel mondo digitale.

Ho scritto 4 libri su comunicazione digitale e tecnologia:

2014: [Rischi e opportunità del Web 3.0](#)

2015: [Le 42 Leggi universali del digital carisma](#)

2017: [Condivide et impera](#)

2019: [CREA contenuti efficaci](#)

