

27 agosto 2015

## «Sui social non tiratevela»

In questa intervista, la digital pr Ilaria Barbotti ci spiega come far sì che il proprio profilo Instagram abbia successo e com'è cambiato il mondo della comunicazione.

di SILVIA PARMEGGIANI



È un social che l'ha conquistata così tanto da diventare parte integrante della sua vita privata e del suo lavoro. Parliamo del tanto amato **Instagram**, mentre lei è la digital pr **Ilaria Barbotti**. Marchigiana, 31 anni, curatrice di progetti social che aiutano aziende, destinazioni turistiche o persone a farsi conoscere dal loro target di riferimento, Ilaria non è solo una massima esperta del social fotografico, ma soprattutto la **numero uno di Igersitalia**, che ha fondato nel 2011. Di Instagram (secondo solo a Tumblr come utilizzo) lei conosce tutti i segreti, tant'è che ha scritto anche un libro, **Instagram Marketing** (Hoepli, pp. 236, 24,90 euro), una vera bibbia per gli instagramers alla ricerca di consigli per scoprire tutte le **potenzialità** del social network.

### CONSIGLI PER UN PROFILO TOP

«Instagram è il mio social preferito ed è parte integrante del mio **lavoro quotidiano**» svela Ilaria. «Io lo utilizzo giornalmente con foto che scatto mentre viaggio per l'Italia. A volte lo uso per dei clienti e spesso come **community manager**». Sul suo profilo (la trovate come [@ilarysgrill](#)) ci sono solo foto che la **emozionano**: mare, paesaggi, vicoli ma anche persone. E i **seguaci** crescono ogni giorno. Ma come si fa ad avere un profilo Instagram al top come il suo? Noi di *Letteradonna.it* glielo abbiamo chiesto. E lei ci ha dato qualche consiglio. Qualche anticipazione? «**Evitate di tirarvela**, andate in giro a scattare foto e siate social per davvero».

**DOMANDA:** Ilaria Barbotti. Professione: consulente nella comunicazione digitale e social.

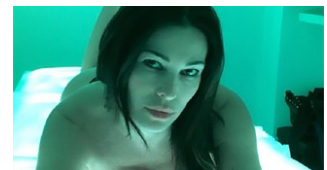
**Come si è avvicinata a questo mondo?**

**RISPOSTA:** Arrivo da studi di marketing e comunicazione, laurea e corso post laurea, esperienza in un'azienda S.p.A e poi in un'agenzia di comunicazione. Essendo caratterizzata da una forte intraprendenza ho deciso di aprire la mia azienda e di dedicarmi completamente a quello che mi piace di più fare, eventi e pr, nel mondo che mi è più congeniale: le reti social.

**D:** È di certo una professione che va molto di moda oggi, ma quando ha iniziato probabilmente pochi sapevano che cosa fosse un social pr o un **social media strategist**.

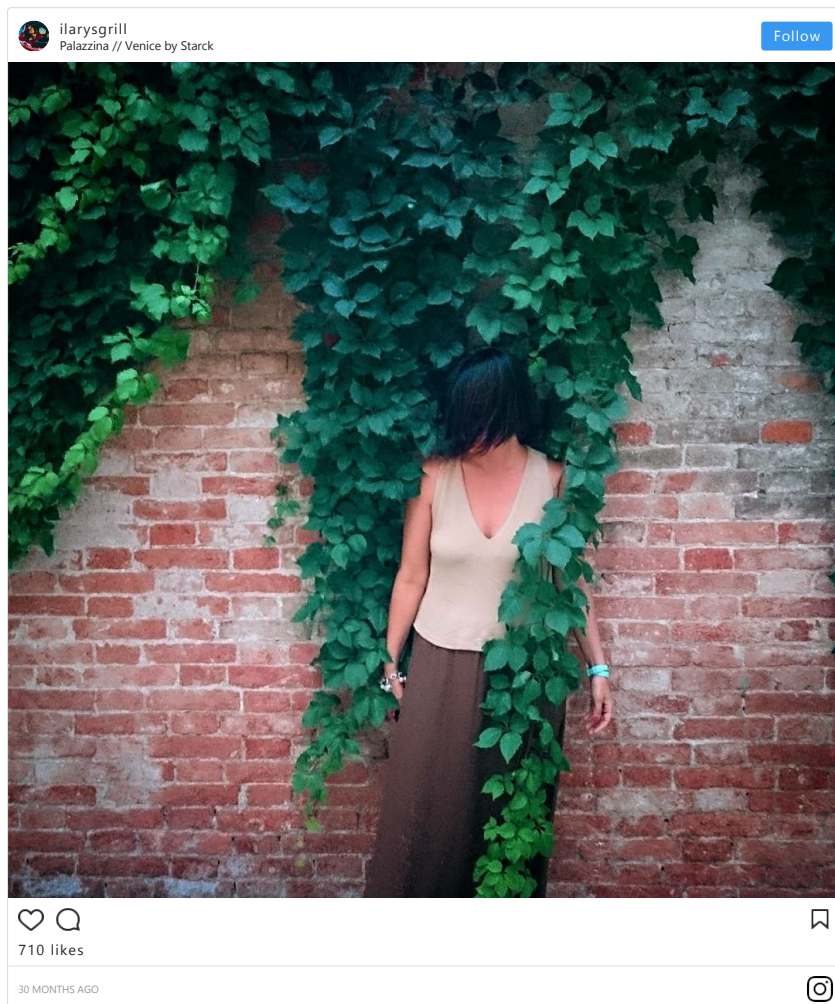
**R:** Non credo sia una moda quanto la conseguenza del fatto che oggi la comunicazione è cambiata ed è digitale e social. Quindi, chi si occupava in passato di comunicazione deve oggi necessariamente fare i conti e conoscere bene questi mondi.

### CORRELATI



I topless più irriverenti delle star su Instagram

Nilufar Addati e gli insulti sui social: quando la violenza viene dalle donne



Perché vedere Cinquanta sfumature di rosso? I post social che non ti aspetti

**D: Quindi la parola chiave è 'specializzazione'?**

**R:** Dal 2011 ad oggi, ci sono molti *social media strategist* perché nelle aziende questa figura interna manca sempre. Servono consulenti e da qui la crescita di questa figura professionale. Per le social pr invece il discorso è diverso, ci sono *ennemila* agenzie di pr in Italia ma ancora oggi molte fanno fatica ad intercettare i reali influencer, al di là del vip (persone 'normali', blogger, instagrammer). Occorre vivere questi mondi per conoscerli e spesso nelle agenzie manca questo tassello.

**D: Qual è il percorso giusto per intraprendere questo tipo di carriera? E a quale target si rivolge?**

**R:** Occupandomi di digital pr e lavorando sui progetti, per me servono competenze di marketing e comunicazione aziendale, doti innate di pubbliche relazioni, creatività, conoscenza del mondo blogger e instagrammer, che si può acquisire solo vivendolo direttamente. Il mio target, con cui lavoro tutti i giorni, è costituito da aziende piccole, medie e grandi, da destinazioni turistiche e dalle tante agenzie che non riescono internamente a gestire pr o progetti speciali sul mondo social.



**D: Lei è anche la numero uno della community Instagramers Italia. Quando ha scoperto Instagram? E che percorso ha fatto da allora a oggi?**

**R:** Ho fondato la community nell'ormai lontano 2011. Appena ho iniziato ad usare questo social, me ne sono innamorata e ho deciso di costruire qualcosa in Italia. Da allora l'evoluzione è stata fortissima e veloce.

**D: Ci racconti.**

**R:** Prima è venuta la crescita di *community* locali: oggi siamo oltre 60 gruppi con più di 150 *community manager*. Poi siamo diventati un'associazione senza scopo di lucro e abbiamo promosso tantissimi eventi nazionali e locali, svariate attività no profit con Fondazione Veronesi, Radio3 per i Musei italiani, *italia.it*. Inoltre supporteremo *Jazz4Aquila* il prossimo 6 settembre 2015. Oggi siamo un network importante, così come Instagram è il social del momento con all'interno tantissimi *influencer* che possono creare bellissimi racconti anche per la promozione del territorio.

**D: Selfie, paesaggi, viaggi, quotidianità. Su Instagram troviamo di tutto.**

**R:** Instagram è il racconto che decidi di fare di te e della tua vita. Quindi c'è tutto. Siamo tutti diversi e ognuno ha il suo stile e le sue idee. La forza di Instagram sta nell'opportunità enorme che da di raggiungere 300 milioni di utenti con una sola foto e i tag giusti.



**D: Sul tema ha anche scritto un libro.**

**R:** È stato un bell'impegno di tempo e di 'testa', ma sapevo benissimo che cosa e come scrivere. Ci ho messo dentro 4 anni di vita e di lavoro, di conoscenze e esperienze. Ho raccontato quello che faccio tutti i giorni, quindi è stato intenso ma abbastanza veloce. In pochi mesi dall'uscita ha venduto oltre 1000 copie, un ottimo risultato per un libro tematico e di marketing. I contenuti sono per chiunque: utenti nuovi, azienda, agenzia, appassionato. Parlo di tante aziende e di alcune esperienze pratiche e spiego come interagire al meglio su questa piattaforma con un linguaggio semplice e diretto come piace a me.

**D: Nel libro ci racconta come avere successo su questo social. Che cosa consiglierebbe alle lettrici di Letteradonna.it per avere un profilo al top?**

**R:** Per prima cosa essere sé stessi, poi avere uno stile riconoscibile, editare sempre le foto, fare attenzione al soggetto della foto, usare bene gli hashtag, essere costanti, essere social e fare community, partecipare ad attività offline nel territorio e... anche se si hanno tanti follower imparare a non tirarsela.

**D: Da evitare invece?**

**R:** Stare 10 ore in ufficio non renderà il vostro profilo Instagram più interessante. Anzi. Appena potete, uscite fuori e scattate! C'è sempre qualcosa da fotografare vicino a voi, basta saperlo vedere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sponsored

## POTRESTI ESSERTI PERSO

### Coppetta mestruale, le cose da sapere

Secondo alcune è il Sacro Graal delle mestruazioni. Comoda, economica ed ecologica: niente a che vedere con gli

### Romanzo Familiare, Fotini Peluso: «Recitare non mi basta»

La sua Micòl Pagnotta ha conquistato il pubblico, ma lei non ha ancora deciso che lavoro farà. L'università. Il lavoro per la

### Rinoplastica: i costi e l'intervento

Le cose da sapere sul prezzo, su come funziona l'operazione e sulla manutenzione del rimodellamento del

### Chi era Naomi Parker-Fraley: ispirò il poster «We can do it!»

È morta a 96 anni la donna sulle cui fattezze venne disegnato il famoso manifesto di propaganda. Divenne poi

**Vestirsi in modo  
provocante giustifica le  
molestie e le violenze  
sessuali?**

Più che una domanda, è una provocazione  
alla luce della ricerca del *Financial Times*

**In Formula 1 non ci  
saranno più le ombrelline**

«Crediamo che questa abitudine non sia  
più in risonanza con i nostri valori, in  
chiaro contrasto con le norme della società»

**Le gif dei migliori  
momenti di Cinquanta  
sfumature di grigio e di  
nero**

Le scene più amate dei film tratti dai libri  
di *F. L. James* (curatoredizione di *F. L.*)

**I dolori mestruali  
potrebbero finire presto**

Secondo uno studio dell'Università di  
Edimburgo, le donne, a breve, non  
sentiranno più niente. O almeno così dice

## IL NETWORK

[Lettera43](#) | [LetteraDonna](#) | [pagina99](#) | [Rivista Studio](#) | [Rivista Undici](#) | [Sextelling](#)

[Redazione](#) | [Trattamento dati](#) | [Note legali](#) | [Concessionaria di pubblicità: Hearst](#) | [Credits](#) | [Cookies](#) |

© NEWS 3.0 S.p.A. via Garofalo 31, 20133 Milano - P.IVA 07122950962