

# RIPROVA SOCIALE: REALIZZARE LE GIUSTE TESTIMONIANZE

---

VER. 2



AUTORE  
ROBERTO TARZIA

EDITO DA  
FOTOIMPRESORE.COM

## RIPROVA SOCIALE



Raccogliamo le testimonianze dei clienti, passati e futuri, così da poterle utilizzare all'interno delle nostre comunicazioni e creare un effetto positivo, dovuto alla riprova sociale.

Non è una novità che le persone seguano la folla, nel bene e nel male.

Questo perché, fare quello che fanno gli altri, ci garantisce un senso di unione e sicurezza che l'essere umano, in quanto tale, ricerca continuamente.

Se volessimo scendere in profondità, scopriremmo che, in verità, il "seguire il gregge" è un meccanismo di sopravvivenza.

Se tutti scappano da un incendio, immagino vorresti evitare di finirci dentro.

Oggi questo meccanismo è rimasto e dobbiamo essere in grado di guidarlo.

Non tutte le opinioni sono uguali, **gli utenti devono essere indirizzati**, così da lasciare informazioni che ci interessano, per questo ho realizzato questa guida, utile per strutturare i feedback dei tuoi utenti.

Lo scopo è non ottenere recensioni del tipo "tutto ok", "mi sono trovato bene" e "consigliato", che lasciano il tempo che trovano.

Ma di avere recensioni che convincano altri utenti a fidarsi di te.

Per creare una corretta testimonianza segui il seguente script:

[Introduzione al cliente] + [problema iniziale] + [scoperta soluzione] + [pregi della soluzione] + [risultato finale]

Esempio:

*Dopo due anni di fidanzamento abbiamo finalmente deciso di sposarci ma non trovavamo nessun fotografo che ci soddisfasse, tutte le foto sembravano posate ed artificiali e noi volevamo che le fotografie fossero invece il più naturali possibili.*

*Abbiamo scoperto lo studio XYZ grazie ad un nostro amico che ce l'ha consigliato ed è stata un'illuminazione, XYZ è stato sempre attento a non essere invadente e non ci siamo nemmeno accorti ci fosse, nonostante non amiamo farci fotografare devo dire che è stato divertente! Abbiamo avuto il nostro album esattamente come lo volevamo, con fotografie spontanee senza pose plastiche e poco realistiche.*

Mi raccomando, è importante avere anche una fotografia dell'utente quando possibile e, meglio ancora, la possibilità di linkare il suo profilo social oppure una pagina dove presenti il lavoro che hai svolto/consegnato.

È sempre possibile farlo?

Ovviamente no, ma adesso che hai capito la modalità, puoi creare delle linee guida più semplici da dare ai tuoi clienti, così che possano lasciarti recensioni efficaci.

### Testimonianza 1

### Testimonianza 2

### Testimonianza 3

### Testimonianza 4

## CASO STUDIO – IL VIAGGIO DELL'EROE

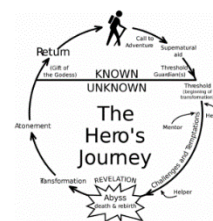
I tuoi clienti vogliono vedere i risultati, vogliono scoprire cosa sai fare e come si sono trovati gli altri.

È quindi importante avere sul tuo sito dei “casi studio”, ovvero le storie di clienti che si sono trovati bene con te e con i quali hai portato avanti dei lavori di cui vai fiero.

Come per le recensioni, è importante costruire in maniera corretta anche i casi studio.

L'obiettivo è aiutare la persona che si sta informando sul tuo lavoro a valutare il risultato che può ottenere grazie al tuo prodotto/servizio.

Un metodo per presentare i tuoi casi studio è tramite un template chiamato “Il Viaggio dell'eroe”, che semplifica la narrazione e ripropone i 6 punti più importanti.



1. Situazione iniziale
2. Problematica riscontrata
3. Situazione intermedia
4. Rivalsa
5. Lieta fine
6. Dati Oggettivi

Puoi ovviamente rielaborare questo schema come preferisci, tenendo a mente che l'ideale sarebbe riuscire a trattare tutti i punti.

Puoi semplificarlo, ma se tratti solo due punti su sei non è il massimo.

Di seguito hai un esempio legato ad una azienda di informatica, ma non penso avrai problemi a riadattarlo alla tua attività.

## SITUAZIONE INIZIALE

Introduciamo il nome della persona/azienda che si è rivolta a noi (se possibile usare i nomi reali) per risolvere il suo problema, ed indichiamo la situazione di partenza.

*Esempio:*

*L'azienda XYZ aveva dato in gestione l'impianto informatico ad un amico di famiglia del titolare, che li seguiva ormai da anni e che si occupava della manutenzione e dei backup di tutti i dati presenti in ditta.*

## PROBLEMATICA RISCONTRATA

Introduciamo il problema che il nostro cliente ha riscontrato e che l'ha portato a ricercare una soluzione presso di noi.

*Esempio:*

*A causa di un virus propagatosi tramite una mail pec, l'intero sistema aziendale è rimasto bloccato, non era più possibile risalire ai dati ed accedere alle mail o alle informazioni contabili, anche i backup erano completamente inutilizzabili e non esisteva una copia di sicurezza delle informazioni.*

## SITUAZIONE INTERMEDIA

Descriviamo lo stato in cui l'azienda si trovava subito prima di contattarci, ponendo in evidenza, se possibile, la gravità (o l'importanza) della situazione.

*Esempio:*

*Per via del virus tutti gli ordini erano completamente bloccati, il magazzino non poteva spedire e si rischiavano danni per decine di migliaia di euro. Inoltre il precedente fornitore non era preparato ad affrontare una simile situazione, se non si fosse trovata una soluzione immediata le conseguenze avrebbero potuto essere gravissime.*

## RIVALSA

Descriviamo la soluzione trovata e come è stata applicata.

*Esempio:*

*Il titolare di XYZ si è quindi rivolto a noi per risolvere la situazione, grazie al nostro servizio ABC siamo riusciti a decriptare i dati ed in 24 ore abbiamo recuperato tutte le informazioni e permesso ai dipendenti di riprendere il loro lavoro.*

*Abbiamo inoltre immediatamente configurato il nostro sistema di backup in cloud ed implementato il nostro antivirus, così da escludere problemi futuri.*

## LIETO FINE

Identifichiamo lo stato finale del client, ottenuto grazie alla collaborazione instaurata.

*Esempio:*

*Con i nuovi sistemi installati tutti i dati sono ora ripristinati ed al sicuro, XYZ è riuscito non solo ad abbassare i costi dell'infrastruttura informatica, grazie all'utilizzo di tecnologie in cloud, ma ha ottenuto una maggior efficienza e resilienza di tutti i sistemi.*

## DATI OGGETTIVI

Se disponibili è utile proporre dati concreti per mostrare i risultati ottenuti, questi possono essere numerici, fotografici o di qualsiasi altra tipologia.

*Esempio:*

*Dati finanziari nel caso di un consulente fiscale, fotografie nel caso di un fotografo, mockup del sito nel caso di una web agency.*



Adesso sta a te compilare queste informazioni e generare il tuo caso studio.

**Situazione Inziale:**

**Problematica Riscontrata:**

**Situazione Intermedia:**

**Rivalsa:**

**Lieto Fine:**

**Dati oggettivi:**

[per un fotografo i dati sono il risultato finale, l'anteprima dell'album o delle fotografie. Oppure, in caso di produzioni video, il filmato finale]