

Crushing It!: How Great Entrepreneurs Build Their Business and Influence- and How You Can, Too- Gary Vaynerchuk

Che vantaggio ne ricavo? Trova la tua strada verso il successo

Il mondo è cambiato. Venti anni fa, se volevi essere scoperta come attrice, forse avresti avuto bisogno di trasferirti a Hollywood. E se volevi andare avanti nel mondo degli affari? Saresti dovuto andare a una Business School. Raggiungere milioni di persone? Beh, non era certo facile ottenere uno slot TV o radio in prima serata.

Internet e i social media hanno praticamente distrutto gli ostacoli al successo, che tu sia un imprenditore, un artista o qualsiasi altro tipo di produttore di contenuti. I migliori podcast sono scaricati da milioni di persone ogni giorno. Attrici, artisti e tutti i tipi di professionisti creativi vengono scoperti su YouTube e Instagram continuamente. E gli imprenditori di tutto il mondo si stanno rendendo conto che i social media offrono loro un'incredibile opportunità di comunicare direttamente con i potenziali clienti.

Come vedremo in questo libro, costruire un brand e coltivarlo attraverso i social media è una strada verso il successo accessibile a tutti. E questo è altrettanto vero se sei un contabile frustrato, un appassionato di cibo pronto a condividere il tuo amore per le marmellate fatte in casa con il mondo o un amante del fashion che cerca di monetizzare la sua passione per lo stile.

In questo libro imparerai:

- Come un padre e un figlio sono diventati famosi per aver diviso le cose a metà
- Perché Snapchat è un ottimo campo di allenamento per il marketing;
- Perché l'altruismo deve superare l'interesse personale se si vuole avere successo come imprenditore.

Un brand online forte e personale è ora uno delle vie più chiare verso il successo imprenditoriale

Chiedi a un bambino cosa vuole fare da grande, e ci sono buone probabilità che ti dirà: "Voglio essere uno YouTuber". Molti adulti potrebbero rispondere con un tono condiscendente: "Questo non è un vero lavoro, piccolo". Ma forse quei bambini hanno ragione.

L'esplosione dei social media ha permesso a chiunque di trasmettere a un pubblico di massa.

Diamo un'occhiata ad alcune statistiche.

In tutto il mondo, le persone guardano ogni giorno 1,25 miliardi di ore di video su YouTube e pubblicano 66.000 foto o video su Instagram ogni minuto. E, in media, il 20% del tempo che le persone usano i telefonini è dedicato a Facebook.

La portata e il potere delle piattaforme di social media rendono possibile per chiunque di noi guadagnare denaro da un marchio personale. Con solo 1.000 follower, su Instagram si possono guadagnare \$ 5.000 all'anno, da soli due post alla settimana.

Non male, giusto? Ora pensa se pubblichi più di due volte a settimana. Per quelli che lo vogliono davvero, il potenziale per monetizzare un marchio personale è illimitato.

Considera l'autore, Gary Vaynerchuk. Ha trasformato la sua azienda vinicola di famiglia da un business da \$ 4 milioni a uno da \$ 60 milioni. Il suo approccio era semplice: ha costruito un marchio personale forte parlando direttamente ai clienti.

Ha gestito un video-blog insolitamente onesto, facendo degustazioni davanti alla telecamera e dando consigli sinceri. Ha passato, ogni giorno, ore a rispondere a ogni singolo messaggio che ha ricevuto su Twitter e Facebook. Ha aiutato le persone che, in cambio, lo hanno cominciato ad apprezzare, a fidarsi di lui e a comprare da lui. Ha costruito una relazione one-to-one con i suoi clienti - il tipo di relazione che, in precedenza, si poteva formare solo in piccoli negozi di quartiere.

Dopodiché? Ha preso ciò che aveva imparato sul marketing online e consigliato gli altri. Oggi Vaynerchuk gestisce un'enorme agenzia digitale con uffici a New York, Los Angeles, Chattanooga e Londra.

E tutto perché ha compreso il potere del suo marchio personale.

Costruire un brand personale offre molteplici percorsi per il successo personale e finanziario

Cosa hanno in comune un venditore di vino, una mamma modaiola e un artista frustrato? Tutti e tre usano un brand personale molto forte per avere più successo nella vita.

L'autore ha usato il suo brand per vendere un prodotto, il vino. Molte persone, però, pur non avendo un prodotto riescono a monetizzare il loro brand personale con successo.

Il blog Thrifts and Threads e il profilo di Instagram di Brittany Xavier sono stati, all'inizio, solo un modo divertente per mostrare le foto della vita della sua giovane famiglia. Ha notato, però, che altri account stavano "taggando" marchi e così ha iniziato a fare lo stesso; sei mesi e 10.000 follower dopo, ha iniziato a chiedere ai marchi \$100 per un post che li menzionasse. Ha, però, scoperto che stava puntando al ribasso quando un'azienda di gioielli ha proposto, per un singolo articolo sul blog e un post su Instagram \$ 1.000. Oggi, Xavier si concentra sul marchio di lifestyle della sua famiglia a tempo pieno, guadagnando molto, viaggiando e divertendosi.

Louie Blaka era un professore di arte e un artista frustrato. Non voleva mollare il suo lavoro ma voleva avere più successo con la vendita della sua arte nel tempo libero.

Una volta appresa l'esperienza di Vaynerchuk ha iniziato a considerare come avrebbe potuto portare il suo lavoro sul mercato in modo differente. Ha iniziato a ospitare degustazioni di vino e lezioni di pittura, postando le foto degli eventi su Instagram. Iniziando con una classe di dieci persone è arrivato a varie classi con circa cento partecipanti e una combinazione di post su Instagram e passaparola ha fatto sì che sempre più persone si presentassero.

Il risultato? È passato dal vendere un dipinto ogni tanto per \$200 a poter raggiungere \$30.000 in vendite quest'anno...Un "lavoretto" piuttosto redditizio per un insegnante di arte.

Quindi, che tu voglia raggiungere la ricchezza o solo creare un flusso extra di reddito, un brand personale sui social media può supportarti nell'intento.

Ci sono sette principi che hanno realmente valore quando cerchi di costruire un contenuto sui Social Media

Una casa costruita su basi non solide crollerà e lo stesso vale per i tuoi contenuti sui social media. Cos'è che importa davvero? È semplice: ci sono sette principi che bisogna rispettare a pieno.

Il primo è l'autenticità. Le persone sono facilmente in grado di identificare un falso, perciò non mancare di rispetto al tuo pubblico, sii reale.

Dovrai anche dimostrare passione. Che sia per il tuo prodotto, per la tua vita o per il percorso verso l'essere un imprenditore; la passione è quello che ti porta avanti quando le cose si fanno dure.

Un vecchio adagio dice che la pazienza è una virtù. È vero anche in questo contesto, per costruire qualcosa serve tempo... Accettalo.

Cos'altro rappresenta una virtù? Il duro lavoro. Se vuoi avere successo non puoi passare la tua pausa pranzo a guardare video di gatti su Youtube o le tue serate a guardare Netflix. Vai su Twitter e crea nuove connessioni!

Il mondo si muove velocemente, tu devi prestare attenzione e fare lo stesso. Quali sono le ultime tendenze? C'è una nuova piattaforma sulla quale dovresti essere? Guarda avanti e non perdere tempo.

Infine, devi essere mosso dalla giusta motivazione. Tutti gli imprenditori di successo hanno una cosa in comune: non sono mossi solo dal denaro. Potrebbe sembrare contro intuitivo ma è vero, tutti i miglior influencer e imprenditori sono altruisti: sono guidati dal desiderio di fornire un servizio e creare valore, ma, soprattutto, amano insegnare e aiutare gli altri. Ascolta Jenna Soard, fondatrice del servizio di brand-advisory "You Can Brand", lei dice sempre che la cosa che la rende più felice è guardare le espressioni delle persone mentre li aiuta a risolvere un problema.

Quando il tuo intento è egoistico, i clienti non diranno agli altri di venire a comprare da te e non torneranno. Perciò concentra le tue attività su valori altruistici. Pensa a cosa puoi dare e come puoi aiutare. Questo è l'unico modo sostenibile per avere successo nel lungo periodo, e ti farà anche stare bene con te stesso!

Non preoccuparti di creare contenuti, piuttosto documentati

L'idea di creare contenuti accattivanti per i social media potrebbe sembrare scoraggiante. Certo, ami le macchine sportive. Ma ne sai abbastanza di loro per poter gestire un video blog settimanale su YouTube?

Beh, non lasciare che i tuoi dubbi ti fermino. Concentrati sulla documentazione piuttosto che sulla creazione.

Rich Roll era un avvocato trentanovenne in sovrappeso, infelice, quando decise di abbandonare il cibo spazzatura, abbracciare il veganismo e riprendere a correre. Anni dopo, dopo essere diventato un atleta di resistenza, pensò che sarebbe stato divertente filmare tutto e condividere la sua formazione per i Campionati del Mondo Ultraman.

I suoi video di cinque minuti su YouTube, che mostrano l'allenamento o che parlano di dieta, hanno iniziato a ottenere migliaia di visualizzazioni. Ciò ha portato a un'intervista alla CNN che, a sua volta, gli ha procurato un contratto. Ha lanciato un podcast estremamente popolare, ha bloggato come un matto ed ha continuato lo YouTubing. Ora con un secondo contratto per scrivere un libro e regolari impegni di collaborazione con compagnie del calibro di Goldman Sachs, è considerato "l'influencer di un influencer".

Ora, c'è una lezione da imparare, qui. Roll non ha aspettato di avere tutto, ed è per questo che ha attratto così tanto interesse. Alla gente è piaciuto partecipare al suo viaggio personale, seguendo quando ha documentato i suoi progressi e guardandolo imparare.

Quindi, piuttosto che sottolineare come creare contenuti unici e creativi, abbraccia la possibilità che tu sia il contenuto unico.

Vaynerchuk impiega un videografo che filma ogni suo momento di lavoro – a parte momenti trascorsi in bagno e riunioni riservate. Il contenuto che genera è un ottimo strumento di apprendimento per altri imprenditori.

Perché non condividi regolarmente il tuo mondo con Snapchat, o storie di Instagram o Facebook Live? Documenta l'ingresso nel tuo nuovo appartamento o la preparazione del tuo primo lotto di birra fatta in casa. Forse non funziona, ma forse creerai un pubblico che ti farà guadagnare \$ 50.000 all'anno attraverso la pubblicità, sponsorizzazione e affiliate marketing. Potresti anche fare un accordo con un libro.

Ora che abbiamo esplorato il potenziale derivante dalla costruzione del tuo marchio personale, diamo un'occhiata alle piattaforme che puoi utilizzare.

Snapchat offre una realtà non filtrata e un vero test delle tue abilità di branding

Nel 2015, il produttore musicale DJ Khaled si è perso, al buio, su una moto d'acqua. Tentando di tornare a casa con una luce fioca, interruppe il suo disorientante calvario fino a raggiungere finalmente la riva in sicurezza. Già popolare, il suo brand personale è esploso.

Khaled è stata una delle prime stelle Snapchat, perché era autentico, e Snapchat è tutto incentrato sull'autenticità.

Khaled non pensava troppo alle cose o modificava troppo i suoi contenuti o cercava uno "shot" perfetto. Era semplicemente se stesso. Certo, il contenuto era un po' effimero, ma era reale. In contrasto con Instagram, che è spesso così curato da sembrare finto, Snapchat offre una sbirciatina autentica nella vita di una persona.

Ora, questo può rendere Snapchat un po' complicato per i marketer. Ma se sei già presente su altre piattaforme, Snapchat offre una grande opportunità per mostrare un lato più umano. È dove Sarah, un agente immobiliare, può ammettere che, nonostante la sua dieta, ha un debole per le patatine fritte. E dove Shaun, un gestore di negozi sportivi, si riprende a giocare a biliardino con i suoi figli.

C'è un'altra ragione per cui Snapchat è difficile e perché è un ottimo terreno di allenamento per i professionisti del marketing.

Senza hashtag e senza condivisione, Snapchat non offre rintracciabilità. Quindi, per diventare grandi su Snapchat, devi davvero offrire valore.

Condividere una foto del tuo cappuccino non è abbastanza. Lauren di The Skinny Confidential, un blog di lifestyle, spiega che, quando scatta una foto del suo caffè, aggiunge anche un certo valore, dicendo qualcosa del tipo: "Mi godo un caffè freddo in questa giornata calda. Uso una cannucchia di silicone perché non contiene BPA e ho spolverato tutto con la cannella perché è buona per i livelli di zucchero nel sangue." Snapchat ti costringe a dare un piccolo extra, a mostrare la tua personalità, ad aggiungere un po' di valore - e questa è una cosa positiva!

In definitiva, Snapchat è uno spazio per essere umani. Potresti non fare molte vendite veloci lì, ma puoi svelare un po' della tua personalità. Cosa c'è che non va?

Twitter è un ottimo posto per farsi notare da uno specifico target di riferimento

Nel passato, la macchinetta del caffè era il posto giusto per aggiornarsi sulle ultime notizie o su un programma televisivo di successo. Ora, le persone si aggiornano su Twitter, dove la conversazione si svolge 24 ore su 24, con input da ogni angolo del globo.

Ma Twitter offre molto più che chiacchiere. È anche un'ottima piattaforma per farsi notare.

Perché?

Innanzitutto, su Twitter, hai più possibilità di innescare il passaparola: nessuno posta 50 volte al giorno su Instagram, ma twittare cinquanta volte? Va' assolutamente bene.

In secondo luogo, la funzione di retweet è un modo incredibile per generare consapevolezza. Immagina di aver realizzato un video per il rapper Drake. Probabilmente lui non lo vedrà, anche se lo taggi. Ma condividilo su Twitter e, se è buono, potrebbe essere retwittato fino a quando Drake - e tutti gli altri - lo noteranno.

Twitter è anche un modo semplice per costruire il tuo profilo per un particolare pubblico target.

Forse hai sempre sognato di essere un presentatore sportivo. Ecco come puoi usare Twitter per realizzare quel sogno.

Innanzitutto, controlla quali sono gli argomenti sportivi di tendenza. Quindi inizia il tweeting: scrivi un breve commento o pubblica un breve video. Usa gli hashtag giusti, così chiunque cerchi quell'argomento riprenderà i tuoi tweet. Entra nelle conversazioni. Rispondi ad alcuni grandi influencer e chiedi se vogliono vedere il tuo blog.

Il primo giorno, non succederà nulla. Potrai twittare tutto il giorno - e niente. Ma continua. Il quinto giorno, un giornalista ti potrebbe retwittare. Questo potrebbe darti 200 nuovi follower e, in un mese, un blog sportivo potrebbe chiederti se desideri scrivere un pezzo. Dopo 12 mesi di attività, idealmente ogni giorno, la tua stazione sportiva locale potrebbe contattarti per invitarti a fare una chiacchierata e, magari, offrirti un lavoro.

Avere successo su Twitter richiede un sacco di lavoro. Ma se ci provi, vedrai quali porte potrebbero aprirsi.

YouTube è la migliore piattaforma per creare ricchezza e opportunità, e dovresti cominciare ad usarlo ora

Sapevi che i giovani guardano più video su YouTube che su qualsiasi rete TV in prima serata? E anche se probabilmente non sarai a breve su NBC, potresti essere su YouTube oggi.

Molte persone si tengono lontano da YouTube perché pensano: "Non sono un esperto, e inoltre - Non sono così interessante!" Dovresti bandire tali pensieri.

Innanzitutto, ricorda che documentare è interessante quanto creare. Non è necessario essere un esperto di whisky per lanciare un vlog di whisky. Lancia un vlog "Learning whiskey with Bob" e tu e il tuo pubblico - tutti inesperti, che parlano un linguaggio stravagante e bevono whisky da \$ 200 - potrete imparare insieme.

In secondo luogo, anche se i tuoi interessi fossero di nicchia, troveranno un pubblico su YouTube. Prendi le vendite in garage. Non così eccitante, giusto? Ma su YouTube ci sono video di vendite in garage con 400.000 visualizzazioni!

Il modo migliore per essere su YouTube è semplice - basta iniziare. Magari i tuoi video non sono fantastici, e allora? Nessuno li sta guardando, a parte tua madre. Diventeranno meglio col tempo. Se non lo diventeranno e non attirerai mai gli spettatori - ehi, almeno hai imparato che non fa per te, e puoi provare qualcos'altro.

E il rovescio della medaglia, il contenuto davvero grande di solito passa attraverso. Prendi Dan Markham. Quando suo figlio aveva bisogno di un'idea del progetto scolastico, ha deciso di vedere cosa c'è dentro una palla da baseball. Si sono filmati mentre tagliavano la palla e hanno caricato il filmato su YouTube. Un anno dopo, Dan si rese conto che la gente lo stava guardando: un numero sufficiente di persone da generare entrate pubblicitarie.

Quindi, lui e suo figlio hanno fatto sempre più video di loro che tagliavano le cose: una palla da football, un cubo di Rubik e persino i sonagli di un serpente a sonagli morto! Oggi i loro video "What's Inside?" sono stati guardati più di 550 milioni di volte e li hanno portati a collaborazioni con vari brand tra cui Nike e la Bill & Melinda Gates Foundation.

Non male per un progetto scolastico!

Facebook combina una condivisione intelligente con l'innovazione, rendendolo il canale più importante

Forse hai sentito persone che criticano Facebook di recente, dicendo che è dove i baby boomer condividono le foto dei loro nipotini, e che i giovani non ci sono più. In realtà Facebook continua a essere il vero affare, due miliardi di utenti attivi non lasciano spazio a dubbi.

Dal punto di vista del business, il grande vantaggio di Facebook è la sua flessibilità sia per il contenuto che per la distribuzione.

Facebook offre una versatilità sconosciuta a qualunque altra piattaforma. Vuoi valorizzare un blog di dodici paragrafi? Va bene. Un video di dieci secondi? Certo. Un video di venti minuti? Nessun problema. Delle semplici foto? Avanti tutta. Il target è, inoltre, estremamente personalizzabile: vuoi comunicare con persone dai 18 ai 25 anni che vivono a Los Angeles e sono interessate allo skateboard? Nessun problema. Spendi \$ 12 e migliaia di loro potrebbero vedere il post di una bella maglietta da skateboard che hai disegnato.

È tutto meraviglioso, ma puoi davvero fare qualcosa di innovativo su Facebook? Certo, utilizzando Facebook Live. Live ti consente di trasmettere in tempo reale ai tuoi followers, rispondere alle domande e ottenere una reazione immediata. Certo, non è per tutti; ci sono pochi programmi TV per una ragione: non tutti possono farli. Però se hai esperienza con i video, potrebbe diventare un mezzo davvero potente.

Brittney Castro di "Financially Wise Women" è un grande esempio di qualcuno con un Brand personale molto innovativo in un'industria tradizionale, il personal finance. Ha iniziato ad attirare attenzione facendo con un video rap sulla finanza, esattamente il contrario di ciò che farebbe un consulente finanziario. Ad oggi è presente su tutti i social network, ma il suo preferito è Facebook Live, perchè le consente di rispondere alle domande delle donne sulla finanza in tempo reale, portando del valore reale e parlando ai suoi potenziali clienti. Inoltre, grazie alla collaborazione con i suoi partner (come Chase Bank), è in grado di presentare la sua offerta a un pubblico vastissimo.

Quindi per tutti gli scettici - Sì, Facebook sta ancora innovando, e tu dovresti fare lo stesso!

Instagram è più importante che mai, con un mix di contenuti e grandi possibilità di essere scoperti

La gente normalmente non si lamenta quando è circondata da bellezza. Ma questo, in realtà, è stato un problema per Instagram, fino a quando il sito ha lanciato la sua funzione Storie, dove le persone possono pubblicare foto spontanee e brevi video, sapendo che rimarranno solo per un giorno.

Ora Instagram non soffre più di eccessiva bellezza, ha un mix perfetto di contenuti curati ed effimeri. Il giorno in cui le "Stories" sono state lanciate, il CEO del sito ha ammesso di non aver postato nulla negli ultimi sei giorni perché non c'era stato alcun momento "abbastanza speciale". Adesso gli utenti possono postare foto bellissime che rimarranno a disposizione di tutti e una "Story" del loro caffè mattutino con un bel titolo, sapendo che sparirà in 24 ore. Le "Stories" sono estremamente popolari e gli utenti esperti lo stanno impiegando per mostrare un po' di personalità dietro le quinte.

Quindi il nuovo equilibrio del sito è uno dei motivi per cui è in crescita. Ma, ancora più importante per noi, Instagram offre alcuni modi super semplici per lo sviluppo del business.

Ecco un'ipotetica storia di successo che dimostra il punto:

Tom è l'ambizioso manager di un negozio di vestiti a Kansas City chiamato EnAvant e ha iniziato a postare su Instagram il più possibile. Posta foto di tutto: vestiti appesi, scarpe sugli scaffali e decine di clienti che indossano un nuovo outfit; il tutto filtrato in maniera ottimale. Ogni post con gli hashtag appropriati – #EnAvantwear #Kansasfashion #falltrends #fallfashion. Durante la pausa pranzo, inizia a contattare degli influencer locali, cercando "Kansas City" e vede chi compare; inizia a mandare qualche messaggio diretto a quelli più popolari e modaioli, dicendo: "Hey, sono il manager di EnAvant, adoriamo il tuo stile! Vieni al negozio e ti daremo un 25% di sconto."

Delle 40 persone contattate, sei postano nei loro social media riguardo a questo bravo ragazzo che si è complimentato con loro e gli ha offerto uno sconto. Tom, poi, invita i suoi amici influencer locali a una serata di moda con uno sconto del 30% e rende l'evento così divertente che non ha nemmeno bisogno di scattare foto: tutti gli ospiti lo stanno già facendo sul loro Instagram, #EnAvant.

Le vendite sono aumentate, così come il brand personale di Tom. Cosa lo aspetta? La sua linea di moda? Un blog di successo? Grazie al suo lavoro su Instagram il futuro è tutto nelle sue mani.

La tendenza più in voga in questo momento è il media vocale: sali a bordo prima che sia troppo tardi

Hai mai provato a guardare video mentre pulisci il tuo bagno? Non è così facile. Ma ascoltando qualcosa? Che funzioni. Vendendo la capacità di multitasking, i media vocali avranno sempre un enorme mercato.

I podcast possono essere una grande possibilità per trovare la tua nicchia.

John Lee Dumas era un fan dei podcast desideroso di diventare un imprenditore. Ma, quando ha cercato un podcast sulle esperienze degli imprenditori, non ha trovato nulla. Così pensò: perché non farlo da solo?

Aveva poca esperienza e iniziò parlando con imprenditori relativamente sconosciuti. Ma attraverso il suo show *Entrepreneurs On Fire*, ha imparato velocemente e si è fatto conoscere. Nel giro di qualche mese è riuscito a totalizzare più di 100.000 download e migliorare la qualità degli ospiti. Hanno iniziato a invitarlo a varie conferenze, il che ha aumentato la sua credibilità. Oggi è diventato l'imprenditore che ha sempre desiderato essere: guadagnando milioni dal suo podcast e dai suoi prodotti e servizi brandizzati. Forse stai pensando: "Sono contento per John, ma il mercato dei podcast, adesso, è saturo". La buona notizia è che una piattaforma completamente nuova si sta espandendo rapidamente. I contenuti che possono essere riprodotti dai digital assistant come Amazon Alexa o Google Assistant in briefing lampo rappresentano una nuova opportunità.

L'autore ha già il suo briefing lampo giornaliero a cui è possibile iscriversi. Prima di lavarti i denti al mattino, prova a dire ad Alexa: "Dammi il mio briefing lampo" e sarai in grado di sentire un messaggio motivazionale quotidiano di un minuto.

Quindi c'è una nuova piattaforma con un potenziale enorme e pochi influencer di punta in questo momento. Diciamo che sei un giardiniere, un "Ted's Daily Garden Tips" di un minuto non sarebbe un buon modo per migliorare il brand della tua attività? Entro cinque anni i briefing lampo non saranno facili da lanciare a meno che tu non faccia un marketing spietato. Ma se, adesso, dovessi avere qualcosa di interessante da dire, dillo e potrebbe essere un successo.

Quindi? Cosa stai aspettando? Va' là fuori e fatti valere!

Final Summary

I messaggi chiave di questo documento:

Se sei incastrato in un lavoro che non ti piace, o senti che il tuo business non sta ottenendo i risultati che ti aspettavi, abbi il coraggio di cambiare qualcosa. Costruisci una vita e un business intorno a qualcosa che ami veramente, che aiuti le persone a conoscere la moda o le case sugli alberi su misura o le vendite in garage - qualunque sia la tua passione.

Documenta il tuo viaggio su YouTube. Usa Twitter per catturare l'attenzione degli altri amanti delle case sull'albero. Distribuisci le tue idee di moda su Facebook e condividile su Instagram. E tieni sempre gli occhi aperti per la prossima grande piattaforma.

Consigli operativi:

Mettiti in contatto con gli altri, ma fallo nel modo giusto.

Contatta degli influencer (le persone con un grande seguito sui social media); il messaggio diretto è il modo migliore di creare una collaborazione e ottenere consigli, non essere timido. Assicurati di offrire qualcosa che porti realmente valore. Se non puoi offrire visibilità, allora offri qualcosa di diverso. Se sei un graphic designer, offri la creazione di filtri personalizzati in cambio di consigli. Fai il pizzaiolo? Offri tranci di pizza in cambio di una collaborazione. Questo approccio potrebbe essere molto faticoso, dovrai mandare un sacco di messaggi prima di avere una sola risposta, ma è proprio per questo che molte persone gettano le spugne. Se perseveri hai già vinto.

Lectture consigliate: Crush It! di Gary Vaynerchuk

Crush It! è un testo motivazionale, un progetto e una guida per coloro che vogliono tradurre la loro passione in un business. Usando la vita dell'autore come esempio, questo libro spiega come tutti possono "spaccare", cioè realizzare la possibilità di vivere la loro passione, determinare il loro sostentamento e fare un vivere di ciò che amano fare.