



Come diventare un influencer

Autore : Angelo Greco

Data: 09/12/2018

Regole di comunicazione, di linguaggio, gestualità e abbigliamento per cogliere l'attenzione del pubblico; come creare follower con video, articoli e social network.

Sapresti capire un provvedimento del governo o un articolo del codice civile se non ci fosse qualcuno a spiegarteli nel modo più semplice? Molto probabilmente no.

Mi chiamo Angelo Greco e sono un avvocato. Sei anni fa ho pensato che il linguaggio degli avvocati era vecchio e andava cambiato. Così mi sono messo a tradurlo e a spiegarlo a chi non fa il mio mestiere. Così ora tutti gli italiani sanno come comportarsi quando ricevono una multa, quando vogliono costruire un gazebo in giardino o come difendersi quando non possono pagare le tasse. È nato così La Legge per Tutti, al momento uno dei più frequentati portali d'Italia, divenuto in due anni *leader* nella consulenza legale al cittadino e alle aziende.

Da qui la collaborazione alla trasmissione di Rai Uno "Tempo e Denaro", nel corso di "Uno Mattina", pensata per tutelare i consumatori.

In questi sei anni ho imparato quello che non avevo studiato a scuola: come può un professionista diventare influencer. *Influencer* non nel senso di dover per forza spingere la gente a pensarla come sé, ma essere un punto di riferimento, un esempio per chi vuol intraprendere nuove strade e si sente soffocato dal "vecchio". Ed è quello che oggi posso raccontarti, perché quello del professionista è il settore che conosco meglio.



Diventare un influencer: subito dalle parole ai fatti

Viviamo in un mondo dove le parole sono spesso scontate ma anche determinanti. Soprattutto grazie ai social network possiamo entrare in contatto con milioni di persone proprio come un personaggio famoso in tv. L'espressione è diventata il mezzo per farsi conoscere, per diffondere le proprie idee.

A torto si crede che un influencer sia una persona che sa dire e apparire. No, l'influencer è una persona che **è**. Che non predica, ma **fa**. E se predica, lo fa con l'esempio diretto.

Limitarsi, però, al «dire» senza passare subito al «fare» significa correre il rischio di restare nella massa. Un vero influencer insegna agli altri come quelle parole si traducono in realtà.

Nessuno avrebbe successo se, ad un certo punto, non mettesse in gioco sé stesso e tutto quello che ha. L'influencer è chi ha il coraggio e la determinazione di essere e di fare. Che parla con ciò che dimostra, non solo con ciò che dice.

Il risultato di questo atteggiamento che privilegia l'agire al dire può essere soltanto questo: riuscire a cambiare le cose, poche o tante che siano, attorno a sé. E non importa tanto se ci riesci: se lo fai, sei già riuscito a superare ciò che il 90% delle persone non supera, la staticità.

Senza milioni di fallimenti non c'è successo. E per fallire bisogna fare, agire, non dire.

Devi essere tu stesso il primo a mettere in atto le tue idee e dimostrare che sono valide. Cosa sarebbe stato Ford se non fosse sceso in fabbrica ad avvitare per primo i bulloni delle sue stesse auto. Come avrebbe potuto spiegare ai suoi operai come fare se non si fosse macchiato le mani dello stesso olio. Insomma, prima fai, poi puoi insegnare.

Se l'influencer è una persona che conosce le soluzioni non può che essere anche una persona positiva. Ha in mano la gioia del risultato. Ho imparato guardando le persone intorno a me e studiando l'atteggiamento della gente sui social o in tv che la gente è stanca delle critiche sterili.

Tutto ciò farà necessariamente dell'influencer una persona fiduciosa: avere l'idea, trovare la soluzione per realizzarla e metterla in pratica è di per sé un atteggiamento positivo. E chi assume questo tipo di atteggiamento contagia sicurezza, ottimismo e



credibilità. Tre caratteristiche immancabili in un vero influencer.

Diventare un influencer: un traguardo a portata di tutti

Sei anche tu dell'idea che per diventare un influencer bisogna, per forza, essere una persona famosa? Che se non sei un uomo o una donna di successo hai in partenza la terra bruciata attorno a te? Non è proprio così. Siamo all'eterno dilemma: prima l'uovo o la gallina? Cioè prima si diventa famosi e così si trovano i followers oppure il contrario? Si può avere un seguito massiccio su Internet pur essendo un perfetto sconosciuto?

Si può. Sulla Rete tutto (o quasi tutto) si può. Lo dimostrano le tante storie di persone partite da un semplice profilo social, come quello che puoi avere anche tu, e poi hanno raggiunto il successo. E sono diventati influencer.

Per capire meglio questo ragionamento forse bisognerebbe rivedere il concetto di «successo». È il riconoscimento della gente? La fama? Il denaro? Forse niente di tutto questo. Si può essere famosi e ricchi ma non avere la gratitudine degli altri. Si può avere soldi e riconoscimenti ma non avere la fama. E così via.

Che cos'è il **successo**, allora? È il participio passato del verbo «**succedere**». E non si tratta di una battuta. Il successo arriva quando si fa succedere qualcosa e quel «qualcosa» comporta una sensazione di soddisfazione personale, vissuta da ciascuno in maniera diversa. L'idea stessa di essere riusciti a concretizzare un progetto può essere un successo. In questo, anche una madre che sa crescere bene i propri figli può avere successo.

Come ci si arriva? Sfruttando il tempo che si ha a disposizione. La giornata ha 24 ore per tutti. Ogni mattina partiamo dalla stessa linea di partenza: vince chi dedica più di queste 24 ore al proprio lavoro. E con l'umiltà di sapere che non sei mai «arrivato» ma che puoi fare di più e di meglio.

Impegno, perseveranza e umiltà, quindi, sono altre tre caratteristiche immancabili in un influencer.

Diventare un influencer: come comunicare

All'inizio accennavo al mio obiettivo di tradurre il linguaggio degli avvocati per spiegarlo a chi non fa il mio mestiere. Convinto del fatto che una delle cose più importanti per comunicare correttamente è quella di farsi capire. Non con parole



ricercate per collocarsi al di sopra dell'interlocutore ma in senso orizzontale. O, se preferite - tanto per capirsi, appunto, ancora di più - parlando "terra - terra". Il linguaggio più semplice è quello più efficace. Se l'ingegnere parla solo con le parole dell'ingegnere, sarà capito solo da quest'ultimo. Se parla con quelle dell'operaio, sarà capito da entrambi.

Semplificare non vuol dire banalizzare ma comunicare meglio. E aggiungere ad un discorso uno o più esempi aiuta a farsi capire meglio e più velocemente. Anche se non sei cattolico, dovrai ammettere che il primo grande influencer della storia, cioè Gesù di Nazareth, predicava utilizzando le sue due armi migliori: l'esempio e gli esempi. Non solo parole ma fatti. E niente discorsi da Figlio di Dio ma da uomo semplice, con le parabole, cioè con gli esempi. Perché parlava non solo ai sacerdoti del Tempio ma anche ai pescatori, al contadino, alla gente comune. Forse per questo, 2000 anni dopo, continua ad avere qualche miliardo di followers in giro per il mondo.

Inoltre, non criticare le scelte degli altri: insegna loro a uscire fuori dal loro errore. Se ti limiti a criticare, nessuno ti apprezzerà. Se invece offri un aiuto, una soluzione concreta, dando senso di sicurezza e comprensione, apparirai credibile, apprezzabile: un amico insomma. Socrate faceva così: con la sua maieutica faceva prima credere all'interlocutore che la pensasse nello stesso modo e poi, dopo averlo tranquillizzato, gli faceva notare possibili critiche. Alla fine trascinava l'interlocutore sul suo stesso pensiero.

Il valore della gestualità

Una comunicazione efficace passa dalla gestualità, cioè dall'utilizzo del linguaggio del corpo. È da quello che l'interlocutore trova il primo approccio ancor prima di cominciare a parlare. Un gesto del viso, un movimento delle braccia, le mani tenute in un certo modo, l'altezza del mento mentre dialoghi, lo sguardo più morbido o più determinato: tutto ciò parla da solo, soprattutto il movimento delle mani e delle braccia possono dare il giusto risalto al tuo discorso oppure far capire che è il momento di riflettere su ciò che è stato detto.

Anche il resto del corpo ha il suo ruolo quando si vuole comunicare nel modo giusto. Ad esempio, potresti disorientare chi ti ascolta se continui ad oscillare da un lato all'altro o a spostarti sui piedi o a passeggiare nervosamente. Così come denoteresti insicurezza se, nel parlare, tenessi una o entrambe le mani appoggiate sui fianchi: si tratta di un gesto di sfida, e ti sfida solo chi è insicuro.

Il ruolo dell'abbigliamento



Usciamo fuori dal luogo comune che chi veste bene sia sempre una persona di cui fidarsi mentre chi è vestito in modo trasandato non tiene a sé stesso e alle cose che fa.

È più efficace un buon discorso o una cravatta da 200 euro? Meglio avere un'idea brillante o un tailleur alla moda? Un abbigliamento informale toglie credibilità a chi vuole diventare influencer?

Se ti guardi in giro, troverai la risposta. Vedrai, ad esempio, che il compianto Sergio Marchionne ha per anni guidato uno dei più importanti gruppi di automobili al mondo, la FCA, indossando un maglione a girocollo. Che il fondatore di Facebook, Mark Zuckerberg, non ha quasi mai indossato in pubblico una cravatta ma sempre una t-shirt. E, al posto di costose scarpe, un paio di sandali (magari altrettanto costosi ma che donano un altro aspetto). Gianni Agnelli portò per un periodo di tempo l'orologio sopra il polsino della camicia e non sotto, come ogni comune mortale. Tutto ciò ci dice che il modo di vestire è un segnale di quanto potere e di quanta influenza hai, di quanto ti puoi permettere di fare delle scelte alternative restando quello che sei e senza intaccare nemmeno un millimetro la tua credibilità.

In sostanza: se voglio comunicare dal basso al basso, se voglio convincere chi mi sta ascoltando, devo evitare di collocarmi al di sopra di lui, di distrarlo con accessori impegnativi e con abiti complicati. Piuttosto, indossa un colore neutro, ad esempio il nero o il blu. Sarà più facile per gli altri concentrarsi su ciò che dici anziché su ciò che indossi. E poi raggiungerai altri due obiettivi: non generare l'invidia in chi non si può permettere di vestire come te e non dare l'impressione che l'abito deve nascondere la mancanza di capacità. Succede anche quello nel mondo degli aspiranti influencer.

Diventare influencer: imparare dagli errori

C'è qualcosa di più umano di un errore? E allora, se vuoi diventare un influencer collocandoti non al di sopra ma al livello degli altri, non nascondere i tuoi sbagli. Anzi: non dovrai avere paura di farli vedere e di mostrare che anche tu sei caduto, hai fallito ed hai saputo rialzarti. E che solo così sei riuscito a diventare un vincente. In questo modo gli altri vedranno il tuo lato più umano e riusciranno ad identificarsi con te. E lo faranno ancora di più se tu dirai a chi è in difficoltà: «Capisco cosa stai provando, ci sono passato anch'io».

Se proprio dobbiamo, come molti pretendono, dividere il mondo tra **vincenti** e **perdenti**, possiamo dire che il vincente è chi ammette i propri errori ed i propri fallimenti e ne fa tesoro per continuare sulla sua strada. Il perdente, invece, è quello



che non lo fa. O è capace soltanto di piangersi addosso quando cade e aspetta che venga qualcuno a tirarlo su oppure tenta di mostrarsi perfetto e senza errori, sapendo di mentire a sé stesso prima ancora che agli altri.

È proprio l'umiltà uno dei segreti per diventare un influencer. L'umiltà di chiederti perché qualcuno dovrebbe ascoltare e seguire i tuoi consigli, soprattutto se parti da perfetto sconosciuto. La risposta può essere: perché la mia idea non l'ha mai proposta nessuno e so che è un'idea vincente. Ma anche perché hai trovato chi, godendo di maggiore popolarità rispetto a te, ha sponsorizzato il tuo progetto. Vuoi essere un influencer del calcio? Fai parlare di te ad un campione della serie A oppure ad un famoso giornalista sportivo e fatti vedere con lui in qualche video. Vuoi diventare un influencer della moda? Fai lo stesso con chi ha già milioni di followers in quel settore. Quando domani sarai al loro posto perché avrai raggiunto il seguito che desideravi, potrai guadagnarci tu per migliorare il brand di un altro.

Diventare influencer guadagnando dal web

Vuoi diventare un influencer per guadagnare tanti soldi dal web? Meglio che non lo fai capire a chi ti segue: potrebbe scappare in qualsiasi momento. C'è una certa ammirazione per «chi ce la fa» partendo dal nulla, questo è vero. Ma è altrettanto certo che c'è molta riluttanza per chi pensa soltanto ai soldi e non a ciò che ha da offrire.

Il cliente che si trova di fronte un professionista avido e improvvisato sparisce in meno che non si dica perché, sicuramente, ha già in tasca una valida alternativa. Come già succede con quelli validi e preparati. Pensa che una volta era il cliente a recarsi dal professionista con una certa soggezione. Oggi succede il contrario: è il professionista che deve stare attento a come si presenta e a come tratta il cliente. Altrimenti quest'ultimo sparisce. E l'avvocato, il medico, l'architetto si vedono costretti a farsi concorrenza all'interno della propria categoria, magari anche abbassando i prezzi per attirare più clientela. In questo caos, chi è che emerge e può diventare influencer?

Il web può darti una grossa mano grazie ai social network dedicati alle professioni. È il caso, ad esempio, di LinkedIn, il sito su cui è possibile creare ad hoc un profilo vincente di sé stessi. Occorre, però, avere le idee ben chiare su LinkedIn: si tratta soprattutto di un social dedicato al lavoro e alle professioni, non di un sito per postare le foto dei gattini o il commento ironico sulle buche stradali di Roma.

Piuttosto, tenta di parlare di te ma senza esagerare. Racconta nei post come hai fatto a laurearti con il massimo dei voti, a trovare un lavoro, a mantenere soddisfatti i tuoi



clienti, a farti venire in mente quell'idea brillante di cui tutti parlano. Non scrivere solo per prenderti gli applausi ma soprattutto per dare agli altri la possibilità di imparare qualcosa. Dai ciò un aiuto ai lettori: ti seguono non per dirti che sei bravo ma per imparare. E ricorda: passare del tempo sui social in modo costruttivo non significa buttare via il tempo ma investirlo.

Il video per guadagnare dal web

Si può diventare un influencer e guadagnare dal web anche con un video che parla di te. Fatto in maniera seria, ovviamente, e non il soggetto messo davanti ad un telefonino in qualche modo ed in qualsiasi posto. In quei 90 secondi e non di più (i video troppo lunghi non vengono seguiti fino in fondo) devi raccontare alcune cose della tua professione che siano utili a chi ti guarda e ti ascolta. Evita, dunque, discorsi banali o troppo autocelebrativi.

Scegli bene lo sfondo ed anche lo strumento per la ripresa: niente smartphone, per quanto ti possa sembrare valido, ma una fotocamera su un «tre piedi» ed un microfono professionali che puoi montare nel tuo studio e qualche faretto con i dovuti supporti. Se vuoi uno sfondo neutro o vuoi occultare la libreria perché troppo banale, ti basta mettere un panno nero alle tue spalle, che rende l'inquadratura più elegante. Volendo, puoi avere anche un gobbo elettronico accanto all'obiettivo della fotocamera: ti servirà soltanto un tablet e qualcuno che faccia scorrere il testo o lo schema di ciò che devi dire.

Il gobbo da sé non basta: è sempre meglio imparare a memoria il testo o, quanto meno, i concetti che devi dire, per evitare troppe indecisioni. Dopo la registrazione, con un semplice programma di montaggio, puoi inserire qualche immagine o delle scritte per dare più movimento al video e rafforzare i concetti. Poi, pubblica anche un solo video alla settimana sui tuoi canali social. Il tutto con un linguaggio semplice e diretto, con un tono di voce determinato. Senza urlare, perché non stai facendo una televendita, e senza sussurrare, perché sembreresti insicuro.

L'articolo per guadagnare dal web

Vuoi diventare influencer e guadagnare dal web scrivendo degli articoli? Internet ti dà anche questa possibilità, purché tu la prenda sul serio e rispetti certe regole. Non porta a nulla buttare lì delle parole a caso, per quanto rispettino la sintassi o la grammatica. Se vuoi essere sulla prima pagina di Google, dovrai scrivere un articolo di una certa lunghezza, almeno 10mila battute, perché solo così sarai premiato dal motore di ricerca. Dovrai strutturarli a FAQ, cioè a domande e risposte, perché così



capterai più facilmente ciò che la gente cerca. Vogliamo fare qualche esempio? Prendi nota.

Regola numero 1: scegli un titolo brillante ed efficace per il tuo articolo. Il titolo è contenuto nel codice html in un meta tag che si chiama "Title". Google lo prende in seria considerazione per indicizzare il tuo pezzo. Cerca di immaginare che cosa sta cercando chi naviga su Internet e scegli come titolo la domanda che l'utente pone e non la risposta. Altrimenti, nessuno farebbe clic per leggere l'articolo. Ad esempio, sarebbe sbagliato scrivere: «Bagno del bar: il titolare me lo può negare». Meglio un titolo come questo: «Posso andare nel bagno di un bar senza consumare?».

Più domande poni e più risposte dai, più efficace sarà il tuo articolo. Su questo può esserti d'aiuto il sito [answerthepublic](http://answerthepublic.com).

Altro suggerimento: metti a sinistra la parola chiave con cui ti vuoi indicizzare. Ad esempio: meglio un titolo come: «Diabete: i cibi proibiti» anziché «Ecco cosa non deve mangiare chi soffre di diabete».

Niente titoli troppo lunghi: meglio stare entro i 60 caratteri perché poi viene tagliato da Google. Ma nemmeno troppo corti per non rischiare di essere estremamente generici.

Dividi l'articolo in paragrafi con dei sottotitoli che pongano delle domande. Ad esempio, il tuo articolo sul diabete ed il cibo puoi suddividerlo così:

- Cibi da non mangiare;
- Cibi da mangiare saltuariamente;
- Cibi che combattono il diabete;
- Cibi biologici.

In questo modo, l'utente sarà agevolato nella lettura ed il tuo articolo sarà più facilmente indicizzato per l'inserimento di altre parole chiave.

Evidenzia le parole chiave con il bold, cioè con il neretto.

E poi, cerca di essere originale: Google se ne accorge se hai copiato da qualcuno oppure se hai preso un articolo dal web e ti sei limitato a cambiare delle parole usando i sinonimi.

Mai sottovalutare il lettore: chi cerca delle informazioni su Internet vuole contenuti completi e di qualità. Più cose utili ed interessanti racconti, più sarai premiato dal lettore e da Google.



Un ultimo consiglio, ma non meno importante, è quello di non demoralizzarti mai. Non si diventa un influencer dall'oggi al domani. A volte possono passare degli anni. Ma non lasciare mai la tua «creatura» da sola: per farla diventare grande, ha bisogno del tuo impegno giorno dopo giorno. Se è destinata al successo, lo vedrai solo alla fine.

Proteggere i contenuti sul web: il diritto d'autore

Per diventare influencer bisogna essere originali. Significa che non vale copiare dagli altri delle cose che già esistono. Anche perché questo è illegale. Ma come puoi evitare di essere tu la vittima? Cioè, come si protegge legalmente un contenuto pubblicato sul web?

Non si fa mai, ma, per una volta, voglio risponderti con un'altra domanda: davvero non vuoi essere copiato da qualcuno? Se ci pensi, il fatto che qualcuno prenda dei tuoi contenuti significa che li ritiene interessanti. Il che, a sua volta, vuol dire che ti sta considerando un influencer. Certo, non ti piacerebbe se qualcuno ci guadagnasse su una tua idea o si prendessero dei meriti che spetterebbero a te. Ma non è questo che devi temere. Anche perché Google spedisce i copioni agli ultimi posti delle ricerche.

Devi sapere che sul diritto d'autore la protezione è automatica purché tu sia in grado di dimostrare di essere stato il primo a pubblicare un contenuto. Se qualcuno vuole utilizzarlo per farci dei soldi, puoi portare loro in tribunale. Ma ti conviene davvero? Pensa ai tempi ed ai costi della giustizia, al fatto che con il risarcimento che otterresti potresti al massimo pagare una cena agli amici. E al danno che potresti procurare alla tua immagine di influencer facendo causa al primo che ti copia.

Per tutelare i tuoi contenuti, dunque, non c'è bisogno dell'iscrizione alla Siae o all'ufficio brevetti. Quello che conta è dimostrare di essere stato il primo a crearli e ad utilizzarli in pubblico. E per farlo, non sempre serve la società d'autori o il notaio: basta pubblicarli su Internet. Questo assegna ad un contenuto una data certa di creazione. Chi la prende e la pubblica anche cinque minuti dopo, ovviamente l'ha copiata. E può essere accusato di plagio.