



Alessandro Bagnato ***Blogger/Digital Content Creator***



Ceo di blogalmente.blog

(se ancora non l'hai fatto, iscriviti gratuitamente alla mia newsletter, e avrai aggiornamenti, consigli, news, risorse gratuite sulla tua mail)



Scambio Like serve davvero?

Caso studio di BlogAlMente



Tutti li usano, ma servono veramente!

Studiamo questo fenomeno che continua a crescere ma i dati parlano chiaro!



Tutti alla ricerca di un like, anziché studiare, imparare, crescere.

Mi chiedo il perché?

Provo a risponderti a questa domanda, e spero di essere il più esaustivo possibile. Certo non è una domanda da una risposta immediata e facile da fare, ma arriveremo comunque a una conclusione che ci soddisfi.

Partiamo dall'inizio

Il fenomeno dello “*Scambio Like*”, è nato dal momento che i social non sono più stati usati come diari per esporre le proprie emozioni, ma veri e propri contenitori di marketing, anzi, forse, l'elemento di marketing più perforante.

L'appel dei social è notevolmente cambiato e negli ultimi mesi, a causa della pandemia per il “Covid-19”, ha subito un accrescimento costante. Tutti facevano dirette, postavano commenti, inserivano post nelle loro bacheche anche per sentirsi, quanto meno in compagnia di qualcuno e non chiusi fra quattro mura.

Ciò ha comportato che l'impatto dei social come: Facebook, Instagram, Pinterest, Tik Tok, Twitch, LinkedIn e ecc...sia in costante crescita.

I dati che documentano questa crescita, indicano, secondo il sito “wearesocial.com”, che nonostante le restrizioni legati alla pandemia, ci siano 520 milioni di utenti sui social negli ultimi 12 mesi, con una percentuale che si aggira intorno al 13% in ambito di uso costante di queste piattaforme.

Questi sono dati aggiornati a **luglio del 2021** e puoi leggere l'articolo da questo [link](#).

In questo clima di crescita, dobbiamo mettere anche coloro che navigano nel web alla ricerca di tool, piattaforme, che aiutano ad aumentare anche gratuitamente, follower sui profili di *Instagram*, o un like sulla propria pagina ufficiale di *Facebook*.



Qui arriva il punto della domanda iniziale. Scambio Like serve davvero?

Prima di iniziare a scrivere l'articolo che oggi ti propongo, ovviamente mi sono messo in prima linea a studiare l'atteggiamento e la formazione di questi "*Scambio Like*".

Tecnicamente sono gruppi con un numero più o meno alto di utenti che si invitano a vicenda, a mettere un like al proprio post, al proprio profilo.

Ci sono su **Facebook come gruppi e su Instagram** con messaggi che ti intasano il tuo "*Direct*", per la mole di messaggi ricevuti al secondo.

Questi gruppi hanno anche dei regolamenti interni e una volta accettata la tua presenza, per mantenere vivo il tuo profilo, prima che venga eliminato, devi attenerti ad alcune norme.

Su Instagram va per la maggiore quella di seguire gli amministratori del gruppo e di mettere un like ai primi 5 post del feed dello stesso, addirittura anche 10. Vieni invitato tramite un messaggio in *direct*, che ti elenca se accetti, come ti devi comportare in quel gruppo. Se non rispetti le regole, anche perché fisicamente non riesci sempre a essere connesso, per mancanza di tempo, vieni eliminato e insignito con l'appellativo *profilo fake*. Subito dopo, vengo avvisati componenti della chat ad eliminare il segui al tuo profilo e i like ai tuoi post.

Vieni visto, insomma, come se fossi un untore.

Entreremo nello specifico più avanti in questo articolo.

Su Facebook, esistono svariati gruppi denominati con nomi come ad esempio: *Scambio Like; Scambio Like Pubblicità e Marketing; Scambio Like siti, social; e ecc...*

Gruppi che hanno un bel numero di utenti che vi partecipano e che ogni giorno chiedono un like per un loro scopo o mettono un like. Anche qui ci sono delle regole ben precise, più o meno come quelli di Instagram ma ci sono delle piccole differenze.

Entriamo nello specifico.



Come detto su Instagram vieni invitato a partecipare a questi gruppi tramite un messaggio nel tuo direct, su Facebook, basta scrivere sulla barra del “**cerca**”, Scambio Like e poi filtrare la ricerca per gruppi.

La piattaforma di consiglia i gruppi più utilizzati. Puoi richiedere l'iscrizione e questa dev'essere accettata da un amministratore del gruppo. Una volta accettata, potrai invitare a mettere un like a un tuo post o alla tua pagina, puoi invitare altre persone a partecipare e puoi mettere a tua volta un like, una reazione, richiesta da utente.

Generalmente sono gruppi che hanno all'interno persone, utenti, con lo stesso metro di ricerca e di interesse. Utenti che però devo attenersi a delle regole ben definiti, previa segnalazione all'amministratore che può decidere a sua volta di eliminarti dal gruppo.

Le regole più usate sono in linea di massima, quelle che ci sono anche sui gruppi Instagram, ma con alcune differenze.

Ad esempio:

Innanzitutto bisogna richiedere l'iscrizione al gruppo e un amministratore deve approvare la richiesta. Fatto ciò, accetti le condizioni previste dal regolamento che possono variare da gruppo a gruppo. Infatti in alcuni gruppi ti inviato a invitare a tua volta accettata la tua iscrizione, almeno 5 altre profili o 10, prima di farti operare sul gruppo.

Poi le regole sono uguali per tutti, e anche in questo caso, le condizioni rispettano quelle di tutti. Ossia, linkare tutti quelli che commentano il tuo post, non usare toni offensivi e non minacciare.

Però la minaccia più classica è questa: “**ti arriva un messaggio privato nel tuo messenger che ti invita a linkare il post perché lui controlla e ti toglie il suo like**”.



Ma torniamo alla domanda iniziale, tutto questo serve?

Lo scambio like negativizza il tuo Insight.

Come si dice, non sono certo io a scoprire l'acqua calda. Questo è un argomento che ha ancora un forte risalto e i numeri e i dati che riguardano questo fenomeno, non diminuiscono ma aumentano.

Ma il mio punto di vista sul tema è che non hanno alcun senso partecipare e non servono a nulla.

Non sono solo io a dirlo, ma i maggiori esperti del settore, ci consigliano di non andare alla ricerca di like e reazioni, ma di costruirci la reputazione giusta per aumentare ***l'appel*** del nostro profilo e ovviamente del brand che vogliamo portare al successo.

Difatti, l'insight del tuo profilo, perde terribilmente successo dal momento che l'algoritmo del social che usi si accorge che ci sta una rete di persone che non sono interessate al tuo contenuto ma entrano, mettono un like, diventano tuo follower e poi non ti seguono più. Da una crescita sempre "***verde***", puoi trovarti con una ***linea rossa*** a distanza di tempo.

In effetti hai un aumento di follower, di like e di persone che influenzano la raccolta dei tuoi dati, ma allo stesso tempo, negativizzi l'Insight. Raccogli dati solo parziali che non documentano una crescita costante della pagina o del profilo, ma documentano un impatto positivo dovuto a un lavoro che stai facendo. Una volta smesso con questo tipo di funzione, perdi notevolmente il lavoro del tuo "***Insight***" e devi ricostruire la tua reputazione.

Esempio pratico:

All'inizio di questo articolo ho ammesso che per qualche periodo ho usato questi gruppi su Facebook e Instagram, per valutare in effetti dello "***Scambio Like***". Così ho potuto notare che nonostante fossi iscritto a tanti gruppi di chat su Instagram, il valore del profilo aziendale "***BlogAlMente***", non cresceva. Anzi rimaneva pressoché invariato.



Mentre dall'altra parte su Facebook, pure che si vedeva una netta crescita dei follower, con una costante anche di 100 al giorno, non produceva un picco di visualizzazione della pagina.

Considera che in quel preciso momento, per via dei contenuti che pubblicavo, camminavo con circa 10mila visualizzazioni al mese sulla mia pagina ufficiale di **BlogAlMente** e con un'interazione sui post che si aggirava intorno a 1900.

Tutto ciò senza alcuna sponsorizzazione.

A causa di questo mio caso studio, durato all'incirca due mesi, tra febbraio e aprile 2021, ho notato che la percentuale di visibilità dei miei profili è peggiorato in maniera netta.

Peggioramento che ancora riflette il dato in negativo, nonostante siano passati mesi. Diciamo che ho stuzzicato l'occhio all'algoritmo che ha pensato bene di non rendere troppo visibile la mia pagina perché non la reputa un profilo interessante.

Quindi non usare lo scambio like ma usa il contenuto per influenzare il tuo insight. I trucchi non portano nulla di buono.

Perché vengono usati?

Questi gruppi ottengono questo consenso così massiccio perché ogni utente vorrebbe ottenere **Follower e Like** con numeri da *Influencer*. Quindi cercano un rimedio facile che in poco tempo possa soddisfare la loro esigenza. Sono anche disponibili a comprare i follower e i like per far vedere che sono seguiti.

Oramai siamo bersagliati da immagini che ci fanno vedere possibili Influencer con un seguito numeroso. Ma nessuno va a controllare quanto quel profilo sia veramente seguito. Ci basiamo sul numero di Follower che vediamo nel suo profilo.

Un'immagine questa che nella nostra mente riflette una sensazione psicologica di ammirazione verso quel profilo. Diciamo che è come se dicessimo, mamma mia, questo è seguitissimo. **Ma la realtà è ben altra**



cosa. Così siamo portati a seguire un account in base ai numeri di follower e non in base ai contenuti che propone.

Oltretutto, siamo portati a cercare tutte le strade possibili che possono farci raggiungere l'obiettivo principale, vale a dire, aumentare i follower, i like e le reazioni, **in barba al nostro insight** e cercando di evitare l'occhio vigile dell'algoritmo.

Funziona che è preda di chi vuol apparire per ciò che non è. Siamo disposti a fare qualsiasi cosa pur di dare la migliore immagine di noi stessi al mondo. In realtà basterebbe essere se stessi per avere un'immagine bella, autorevole, e rappresentativa del proprio essere.

Conclusioni

Questo secondo **“Case Study” – Caso Studio**, pubblicato su **BlogAlMente**, fa notare come la società abbia cambiato le sue visioni e le sue prospettive. A oggi, senza distinzione di età e di sesso, si cerca di far notare agli utenti, alle persone vicine, di essere dei fenomeni del web. Si cerca di ottenere il numero più alto di follower, di modo che si crea quell'aspettativa, quell'immagine, che dicevo poche righe fa.

Conta più essere seguiti e che essere veramente se stessi. Perché non siamo in grado di rispondere correttamente alla domanda, **“Tu vuoi diventare qualcuno”**? Basterebbe rispondere che io sono qualcuno, ho un nome, un cognome, una storia mia personale che mi rende particolarmente differente da un'altra persona, senza per forza diventare *Influencer*.

Detto ciò, un altro aspetto che rileva questa ricerca studio che quando usiamo la tecnica conosciuta con il nome di **“Scambio Like”**, non diamo linfa al nostro insight e non siamo visti di buon grado dall'occhio vigile dell'algoritmo. Anzi questa manovra, viene considerata invasiva e piano piano il nostro profilo, perde l'appeal che sino a quel momento si era guadagnato.

Parzialmente hai una crescita di seguaci e di like, di reazioni, di commenti, sui post pubblicati o sulle stories ma ciò è solo “fumo” agli occhi di chi entra per la prima volta nel tuo profilo. Vendi del fumo che



sai già non puoi mantenere, ma così facendo per un attimo anche tu ti sentirai appagato di aver trovato la strada per raggiungere più like possibili.

Tuttavia, dal lato della mia esperienza, oramai attiva da circa **10 anni** a questa parte, nel settore del marketing, ti dico che l'elemento principale per sfondare nel tuo settore merceologico di attività è quello di creare dei contenuti originali, validi, che si differenziano con il resto del web e del digitale.

Come spesso sentirai dire da chi segui sui social, in base a questi argomenti, il contenuto è la libreria virtuale e non del tuo successo, e senza di esso, è difficile raggiungere traguardi importanti. Quindi non cercare rimedi semplici ed efficaci per raggiungere il successo.

Il successo te lo conquisti con il sudore, lavorando sodo e come dice l'amica e collega **Sara Iannone** (*Marketers Italiana*) che è stata anche ospite su **Lab Solution**, il progetto virtuale di **BlogAlMente**, con un elemento fondamentale, vale a dire la costanza.

È la costanza che ci permette di raggiungere traguardi importanti e non un trucco che inganna l'utente che viene a fare visita al nostro profilo.

Quindi...

Non usare lo scambio like ma usa la forza del tuo lavoro, del tuo contenuto e non fare soprattutto ciò che già fanno tutti. Differenziati

Alessandro Bagnato

Blogger/ Consulente Marketing

Social Media Manager

Digital Content Creator

CEO di **blogalmente.blog**