

***EVA LONGORIA**

ATTRICE E "CASALINGA"

È diventata una vera SIP... usando la regola del 50 + 50. A differenza della maggior parte delle celebs, che sceglie i social solo per condividere momenti di vita privata, Eva li mixa sapientemente alla sua agenda professionale (date di presentazioni, report di prime...) sia su Twitter (@EvaLongoria) sia su Facebook (www.facebook.com/EvaLongoria), aggiornandoli in contemporanea con l'aggregatore TweetDeck.

Eva e l'amica Lorena sul set delle Housewives.



***DAVID LYNCH**

REGISTA CULTO

È diventato un vero SIP... postando ciò che non ti saresti mai aspettato. Altro che foto sul red carpet o party tra star. Appena aperto il suo account Twitter (@DAVID_LYNCH), ha iniziato a pubblicare micromessaggi con il meteo di L.A. Scelta stravagante. Tanto da far credere che si trattasse di un falso profilo. Invece, ha funzionato (il meteo paga sul web).



***PEREZ HILTON**

BLOGGER ED ESPERTO DI VIP WATCHING

È diventato un vero SIP... producendo contenuti esclusivi, soprattutto gossip spinto. Questa strategia attira ogni mese sul suo blog (<http://perezhilton.com>) più di 7 milioni di lettori e sul suo account Twitter (@PerezHilton) circa 2,8 milioni di follower. *Forbes* l'ha eletto per il terzo anno consecutivo la celeb più influente del web.

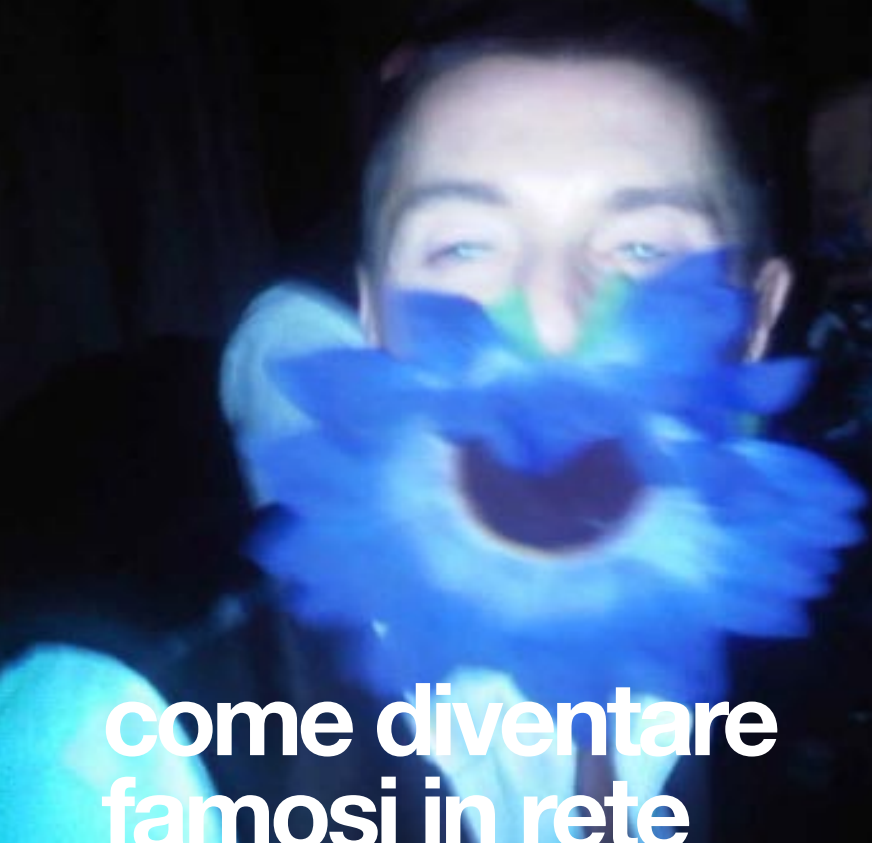


***WILLIAMS & STONE**

FONDATORI DI TWITTER

Sono diventati veri SIP... ritwittando ancora e ancora.

Nonostante sia Evan Williams (@ev; nella foto è a sinistra) sia Biz Stone (@biz) abbiano pagine *on fire!* (frequentatissime), riescono a rispondere a (quasi) tutti i post. Tra le celebs è una rarità (basta dare un'occhiata all'account desolato di Paris Hilton: @ParisHilton).



***STEFANO GABBANA**

STILISTA DEL DUO D&G
È diventato un vero SIP... mostrando, da insider, i dietro le quinte della moda. Su Twitter (@stefanogabbana) commenta in diretta i retroscena delle sfilate, dei party, degli shooting (compreso quello della campagna pubblicitaria con Madonna e Jesus Luz)... Altro tip di successo: posta qualche stralcio del suo privato, come queste due foto.

come diventare famosi in rete

arrivano i SIP

Ovvero le *Socially Important Persons*. Qui vedi chi sono e i trucchi da copiare per diventarlo anche tu.

di Chiara Ottolini e Fabiana Salsi

***MILEY CYRUS**

ATTRICE E CANTANTE
È diventata una vera SIP... collaborando con altri SIP che offrono contenuti simili. Insieme all'amica Mandy Jiroux, non si è limitata a postare video sul suo canale di YouTube (www.youtube.com/user/mileymandy), ma ha permesso l'*embedding* dei suoi clip sui siti esterni, che le hanno portato nuovi follower.



Si sa, in rete (come nella vita) è questione di contatti. Devono essere tanti e, soprattutto, accreditati. Ecco perché, se vuoi affermarti e, magari, diventare una web star, non puoi non avere nel tuo network qualche vip 3.0. Attenzione, non si tratta di intrufolarsi nelle pagine di Lady Gaga, di Ashton Kutcher, di Laura Pausini... Ma di farsi amici i SIP, ovvero le *Socially Important Persons*, personaggi attivissimi on line (non si limitano a postare aggiornamenti di status e foto scattate con lo smartphone) che si sono guadagnati autorevolezza e una solida Internet reputation. Conquistali e sarà più facile diventare a tua volta un SIP. Già, ma come si fa? Tanto per cominciare, abbiamo carpito i segreti di SIP già collaudati (li trovate ritratti in queste pagine): personaggi noti d'Oltreoceano e

(segue)



***STEFANO ANDREOLI**

CURATORE DEL BLOG SATIRICO WWW.SPINOZA.IT
È diventato un vero SIP...

inventando un nuovo linguaggio.

Sul web i fan si guadagnano non solo con ciò che hai da dire, ma anche per come lo dici. Ecco perché Stefano ha individuato uno stile ironico, tagliente, riconoscibile, insomma, tutto suo. Che ha permesso a Spinoza di essere eletto miglior blog italiano 2009 e 2010.



***CHARMAINE LEAH**

ECOBEAUTY BLOGGER

È diventata una vera SIP... organizzando tweet-party a tema.

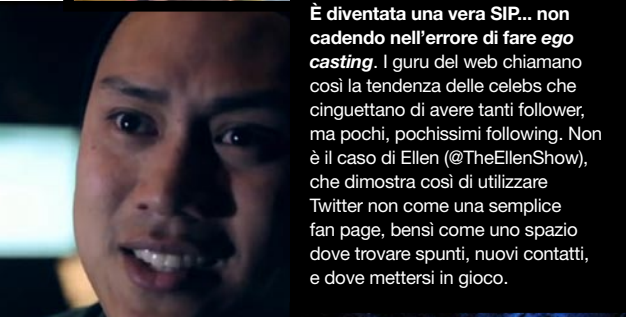
Conosciuta in rete con il suo nick d'arte Glamology, dà appuntamento (data e ora) ai follower sulla sua pagina (@glamology) per dare consigli di bellezza ogni volta diversi e rispondere in tempo reale a tutte le domande. Obiettivo: fare più community con chi la segue.



***ELLEN DEGENERES**

ATTRICE E CONDUTTRICE TV

È diventata una vera SIP... non cadendo nell'errore di fare ego casting. I guru del web chiamano così la tendenza delle celebs che cinguettano di avere tanti follower, ma pochi, pochissimi following. Non è il caso di Ellen (@TheEllenShow), che dimostra così di utilizzare Twitter non come una semplice fan page, bensì come uno spazio dove trovare spunti, nuovi contatti, e dove mettersi in gioco.



***JON M. CHU**

REGISTA DI STEP UP 2 E 3D

È diventato un vero SIP... differenziando i contenuti in base alla piattaforma a cui sono destinati. Da YouTube (www.youtube.com/user/jonmchu) a Twitter (@jonmchu), passando per Myspace (www.myspace.com/jonmchu), il segreto di Jon è non fare mai copia/incolla da un social all'altro e offrire clip, link e post sempre diversi. Risultato: i fan lo seguono davvero dappertutto.

nostrani, ma anche microcelebs del web. Così, puoi procurarti la loro amicizia più facilmente e, soprattutto, imitarli. Poi, abbiamo girato la domanda a chi di queste cose se ne intende. Come Vincenzo Cosenza, director dell'agenzia di comunicazione Digital PR - Hill & Knowlton (www.vincos.it). Che dice: «Vuoi davvero conquistare un SIP? Non basta commentare i suoi post su Facebook e partecipare attivamente alle sue conversazioni su Twitter: **devi produrre contenuti che possono interessargli, diventare per lui una fonte.** Il mio esempio: per catturare l'attenzione di Tom Waits, uno dei cantautori che preferisco, gli ho girato delle foto di ottima qualità che gli ho fatto quando ho avuto l'occasione». Come insegna l'esperto di (segue)



***PETE CASHMORE**

TECNOBLOGGER

È diventato un vero SIP...

superspecializzandosi. Prima solo con il blog (http://mashable.com), poi anche sui principali social network, Pete ha scelto un campo d'azione ben preciso: tutte le novità della rete, rigorosamente postate prima degli altri, affinché i suoi contenuti abbiano un peso. Ce l'hanno: il suo sito è tra i 500 più cliccati del mondo.



***MARCO M. LUPOI**

DIRETTORE EDITORIALE DELLA PANINI COMICS - MARVEL

È diventato un vero SIP... iniziando a rivolgersi, da addetto ai lavori, a un pubblico di nicchia: gli amanti dei fumetti. Poi, tra anticipazioni e chicche di settore, Marco ha deciso di postare sul suo account Twitter (@mlupo) anche emozioni. E ora ha tanti follower da fare concorrenza alla seguitissima Laura Pausini.



***DENNIS CROWLEY**

COFONDATORE DI FOURSQUARE

È diventato un vero SIP... puntando su tweet geolocalizzati.

Forse è una strategia prevedibile da chi (@dens) ha inventato il geosocial per eccellenza. Ma è sicuramente da copiare. Basta sincronizzare Twitter a Foursquare, collegando i due account e scegliendo di condividere ogni attività su entrambi i network.



***DANIELA FARNESE**

ORGANIZZATRICE DI EVENTI

È diventata una vera SIP... lanciando delle provocazioni.

Se non sei già una celebrity, non puoi permetterti di essere banale (postando che cosa hai mangiato). E allora, sul blog (www.dottressadania.it) e sulla pagina di Twitter (@Dania), Dania - il suo nick d'arte in rete - affronta temi come l'erotismo, con sarcasmo e pungolando chi la segue. Ha persino pubblicato il suo numero di cellulare.

***JONNA LEE**

CANTANTE

È diventata una vera SIP...

creando mistero attorno alla sua identità. Nei primi video, pubblicati su YouTube, non era riconoscibile e si firmava lamamiwhoami (www.youtube.com/user/lamamiwhoami). Questa scelta ha scatenato la curiosità degli internauti: rumors, indiscrezioni e smentite su chi fosse davvero. A quel punto Jonna era già una vera *socially important person*.

4 tips da chi sarà cool...



*** Livia Iacolare (@liviacolare)**

«Verifico se comunico efficacemente: guardo cioè se i

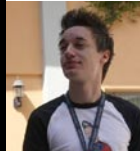
follower mi inseriscono nelle liste dedicate ai temi che tratto».



*** Caterina Policaro (@catepol)**

«Sono in controtendenza: faccio un po' di selezione

all'ingresso: converso solamente con gli utenti più attivi».



*** Giuliano Ambrosio (@juliusdesign)**

«Pubblico post di qualità all'ora giusta: la mattina c'è sempre più

gente connessa che ha davvero voglia di fare community».



*** Sara Rosso (@rosso)**

«Ho sempre profili superdettagliati. Questo, fra i tanti vantaggi, permette a chi mi

legge di capire al volo che me ne intendo di ciò che posto».