



# Introduzione ai Social Media

---

Corso base per capire la comunicazione e i  
social media



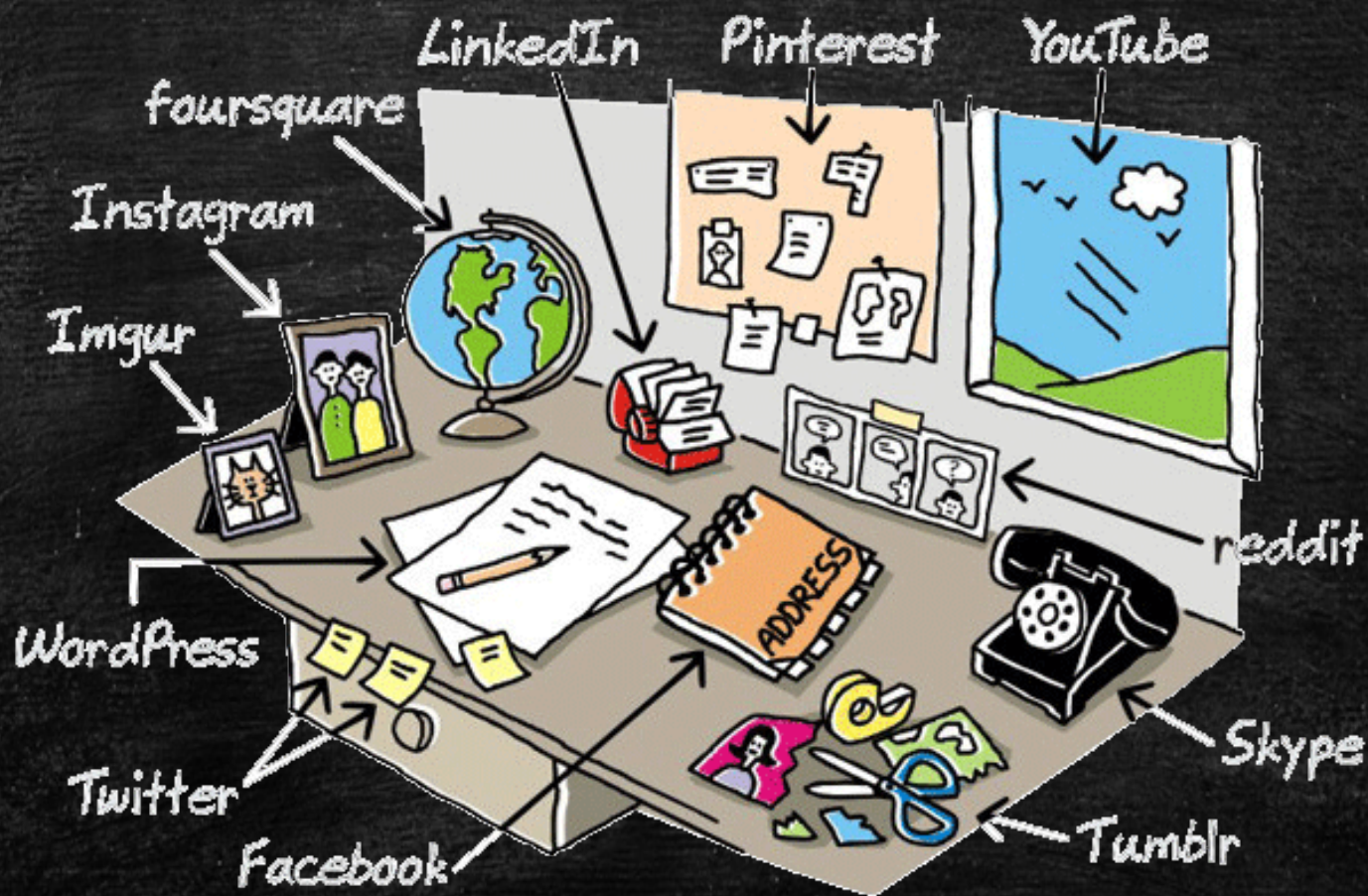
# Contenuti del corso

---

- I social media come piazze di paesi diversi:
  - Facebook (usi e costumi)
  - Twitter (usi e costumi)
  - LinkedIn (usi e costumi)
  - Youtube (usi e costumi)
  
- I diversi scopi della comunicazione
  - Facebook (perché e come)
  - Twitter (perché e come)
  - LinkedIn (perché e come)
  - Youtube (perché e come)



# vintage social networking





# I social media

---

- Scenario:

Dobbiamo trasferire la nostra sede principale in un piccolo paesino, nella piazza principale.

In questo paesino parlano solo dialetto, ma capiscono perfettamente quello che diciamo.

In questo paesino, come in tutti i paesi piccoli, tutti sanno tutto.

Appena arriviamo sanno già chi siamo e cosa abbiamo fatto nella nostra vita (cose belle e brutte), ma ancora non hanno capito bene di cosa ci occupiamo.



# Facebook

---

- Facebook è il “*BAR SPORT*” del paese.
- Come in tutti i BAR SPORT, ci sono varie figure caratteristiche e la prima impressione è quella che conta: da come vi presentate e con chi parlate la prima volta, rappresenterà la vostra appartenenza ad un determinato gruppo. Cambiare il gruppo sarà lungo e faticoso.
- Vi potrà capitare di parlare di tutto e di tutti, ma il modo e lo stile che userete vi caratterizzeranno. Per distinguervi provate a vedere **come lo fanno gli altri**, e poi

**copiate i successi ed evitate gli errori**





# Facebook **REGOLE PRINCIPALI**

---

- Usate la formula della “Pagina Fan”
  - Vi permette di avere maggior controllo nelle interazioni degli utenti
  - Vi permette di personalizzare la vostra presenza sul mezzo
- Interagite il più possibile con più persone possibili
  - Non vi fermate ad invitare i vostri amici in massa, meglio mandare una mail a tutta la vostra rubrica con il link e perché usate questo strumento
- Evitate di copiare gli articoli/news del vostro sito: meglio un buon abstrac e un link (magari tracciabile!)

**NON LITIGATE!**



# Twitter

---

- Twitter è il “*BAR DEL TEATRO*”: raccolto, veloce, preciso.
- Come tutti i *BAR DEL TEATRO*, Twitter ha delle regole (scritte e non) più ferree.
- Le figure caratteristiche (oltre i vip) hanno maggior dimestichezza con la lingua scritta (non tutti!).
- Mettete la stessa attenzione a come e cosa scrivete di Facebook, rispondete con cortesia e ricordate sempre:

**NON STATE INVIANDO UN TELEGRAMMA**

(usate la punteggiatura, gli spazi e soprattutto la grammatica)





# Twitter **REGOLE PRINCIPALI**

---

- Avete a disposizione 140 battute. La sintesi è una virtù. Coltivatela.
- Non spammate link del vostro sito (a meno che non sia strettamente necessario)
- Se proprio dovete: date una descrizione (minima) e poi uno short link
  - Esistono infiniti tool per short link, sia gratis che a pagamento.
- Ignorate chi vi attacca, in caso siate gentili e autoironici
- Non superate mai il rapporto **follower/follow**: i secondi dovranno essere superiori ai primi!





# LinkedIn

---

- LinkedIn è il “*BAR DELLE POSTE*”: troverete tanta gente che vi chiederà del lavoro.
- Su LinkedIn tutto ruota attorno al lavoro: il vostro profilo personale è la copia del vostro CV, il profilo della vostra associazione sarà in chiave aziendale.
- Le vostre attività vanno presentate come Company page seguendo questo pentagono per il successo:
  - Investimenti
  - Social strategy
  - Contenuti di valore
  - Dialogo
  - Career Page





# LinkedIn **REGOLE PRINCIPALI**

---

- È un social network business based, organizzato per professioni.
- Serve a informare gli utenti delle proposte di lavoro delle aziende o per condividere gli aspetti principali delle varie professioni.
- Usatelo soprattutto per aumentare la vostra web reputation.
- Potete anche usarlo per i volontari: la logica alla base è molto anglosassone, per cui potete tranquillamente “raccomandare” i vostri volontari riempiendoli di **endorsement**.



# Youtube

---

- È il “*CINEMA*” del paese. Ma non immaginate un posto romantico mono sala come ne Nuovo cinema Paradiso: è una moderna multi sala digitale, tanto grande da ospitare qualunque tipo di girato (anche la retrospettiva etnografica del popolo sperduto del Borneo, o le raccolte delle papere più divertenti della televisione Ungherese).
- Funge anche da canale televisivo e come tale alcuni profili mantengono una “**linea editoriale**”, cioè una certa unità nei contenuti.





# Youtube **REGOLE PRINCIPALI**

---

- Funziona grazie al vostro account di google: fate attenzione o tutti i dati delle ricerche, dei like o anche tutta la vostra cronologia sarà connessa e rintracciabile.
- Create più account, almeno
  - Uno ufficiale per il caricamento dei video che gestirà il canale (a nome dell'associazione)
  - Uno ufficiale per il controllo semi-esterno del canale (a nome del responsabile)
  - Uno non ufficiale per le cose più mainstream (con un nome di fantasia)



# Diversi media, diversi usi.

---

- **Facebook**
  - 71% degli utenti di internet, non serve aggiungere altro.
- **Twitter**
  - Ottimo per le comunicazioni in real time (vedi Oreo)
  - 18% degli utenti di internet
  - Ottimo strumento per il brand knowledge
- **LinkedIn**
  - 22% degli utenti di internet
  - Può servire a migliorare la brand awareness
- **Youtube**
  - Repository di video
  - 3° più grande social
  - Ottimo strumento per il SEO
  - Uso emozionale dei video



# Diversi media, diversi usi.

2  
BLOG  
POSTS PER WEEK



## BLOG

Companies that increase blogging from 3-5 times a month to 6-8 times a month almost double their leads.

5  
PINTEREST  
POSTS PER DAY



## PINTEREST

Top brands on Pinterest have experienced rapid growth by posting multiple times per day.

2  
INSTAGRAM  
POSTS PER DAY



## INSTAGRAM

Posting more often doesn't result in a drop in engagement – provided you can keep up the rate of posting.

1  
LINKEDIN  
POSTS PER DAY



## LINKEDIN

Posting once a day during the work week allows you to reach 60% of your audience.

3  
GOOGLE +  
POSTS PER DAY



## GOOGLE+

Post consistently. Some users have experienced drops in traffic of up to 50% when posting less than normal.

3  
TWITTER  
POSTS PER DAY



## TWITTER

Engagement slightly decreases after the third tweet.

2  
FACEBOOK  
POSTS PER DAY



## FACEBOOK

You can post twice per day before likes and comments begin to drop off.