



Progetto MultiPly



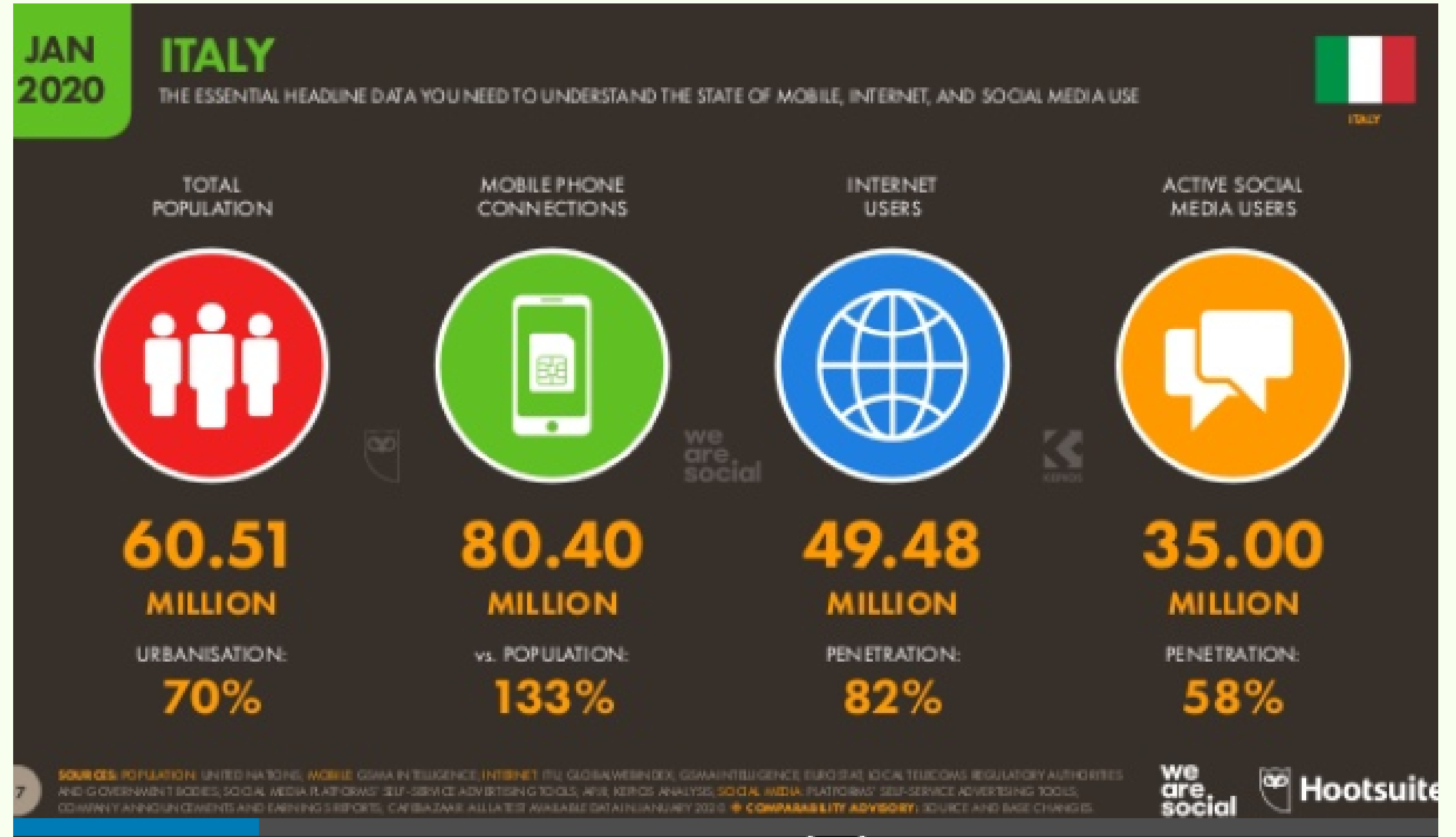
La strategia di comunicazione Social

Come impostare una strategia di comunicazione social vincente

A COSA SERVONO I SOCIAL MEDIA

- A veicolare al grande pubblico i contenuti del nostro progetto
- A coinvolgere cittadini, stakeholder e attori locali
- A creare una "comunità" di persone interessate alle nostre tematiche

UN PO' DI NUMERI



AL SEGUENTE LINK TROVATE IL RAPPORTO DI WE ARE SOCIAL " DIGITAL 2020 [HTTPS://WEARESOCIAL.COM/IT/DIGITAL-2020-ITALIA](https://wearesocial.com/it/digital-2020-italia)

Social media: i network su cui concentrarsi



Facebook

- Il più utilizzato in tutte le fasce d'età;
- è possibile targettizzare le persone secondo vari criteri, per selezionare il nostro eventuale pubblico.



Instagram

- Molto utilizzato nella fascia della popolazione giovane, che va dai 20 ai 35 anni.
- Fondamentale avere belle immagini



Twitter

- Il social istituzionale per eccellenza, Adatto per comunicare con stakeholder, enti e istituzioni
- Adatto per comunicazioni veloci, accompagnate da link a articoli o a siti esterni



CALENDARIO DELLE PUBBLICAZIONI IN CONDIVISIONE

- REALIZZALO SU WORD O EXCEL
 - CONDIVIDILO SU DRIVE CON L'UFFICIO COMUNICAZIONE
 - AGGIORNALO COSTANTEMENTE
-

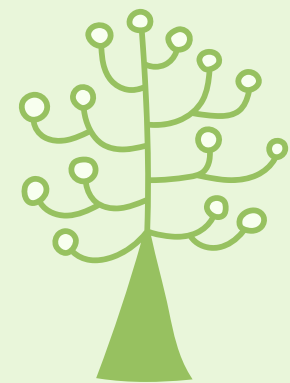
BUONE PRATICHE E CONSIGLI UTILI



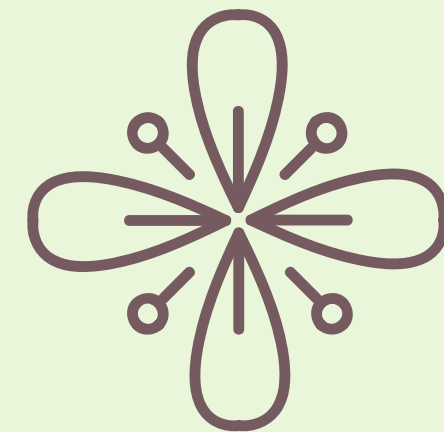
FACEBOOK



Mix tra
contenuto
testuale
efficace e
immagini:
content is the
king



utilizzo dei tag



utilizzo belle
immagini e link
a siti esterni



Lettura dati
insight di
Facebook



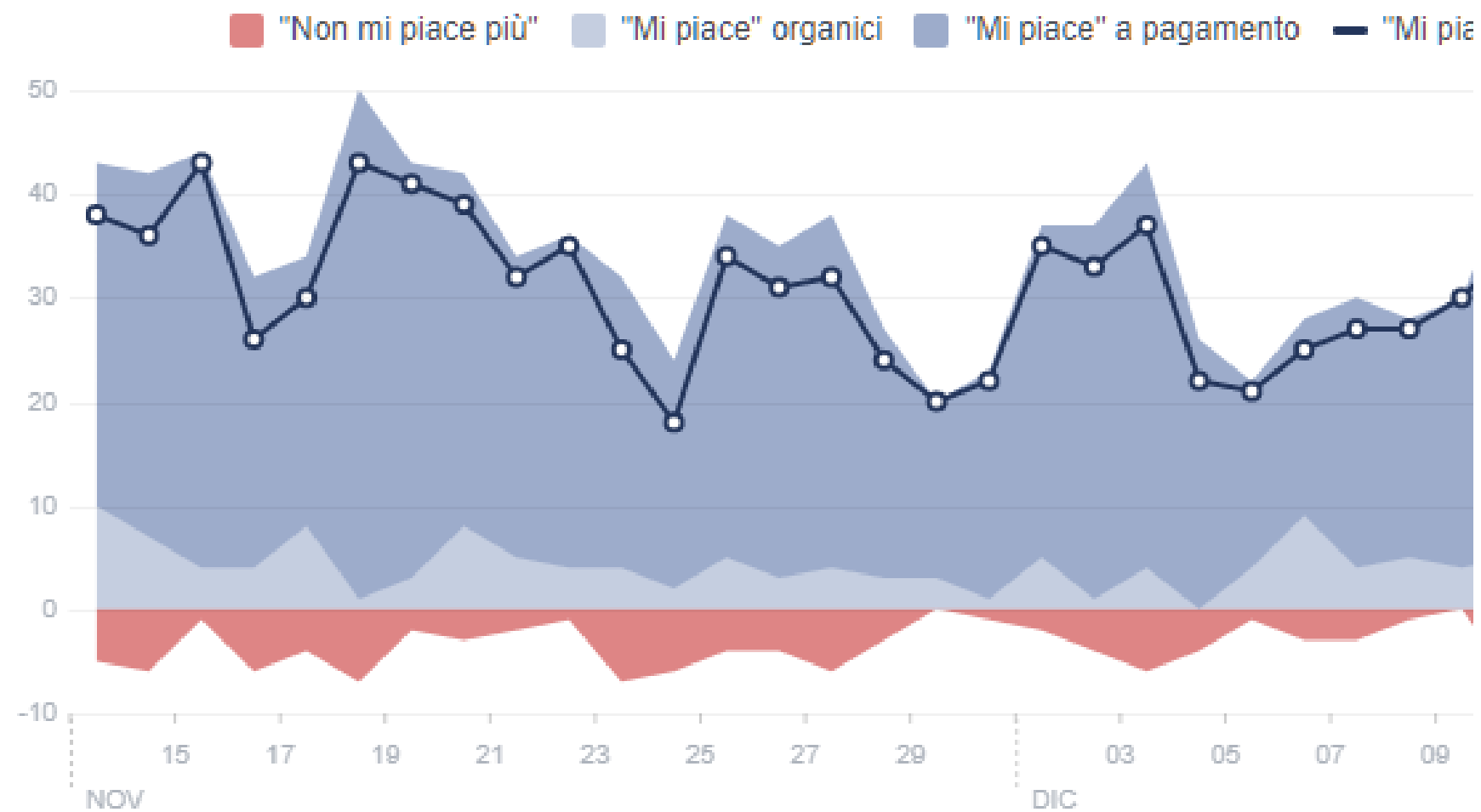
INSIGHT DA MONITORARE

MI PIACE

COPERTURA

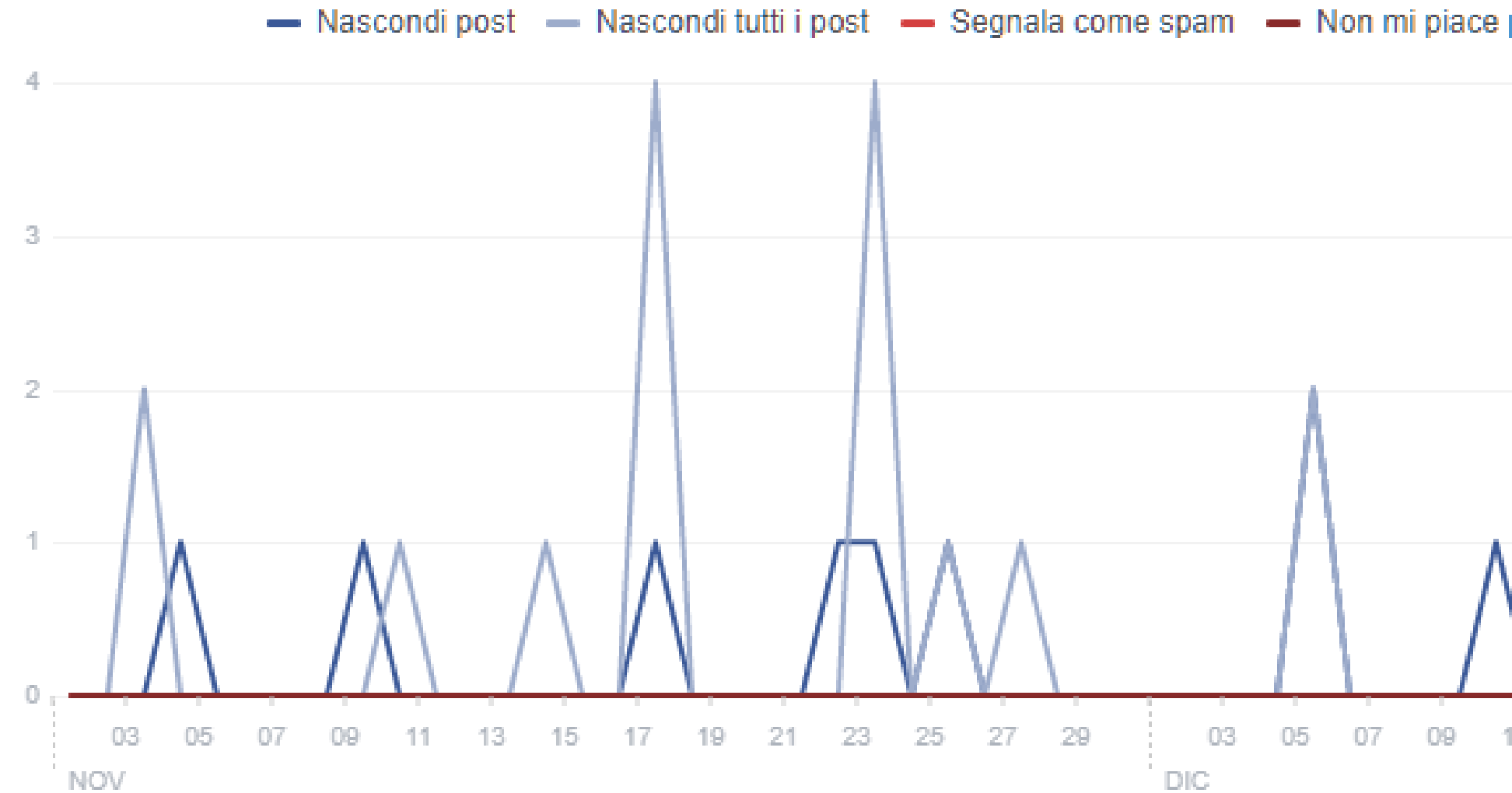
"Mi piace" netti

"Mi piace" netti mostra il numero di nuovi "Mi piace" meno il numero di "Non mi piace più".



Post nascosti o segnalati come spam e "Non mi piace più"

Queste azioni ridurranno il numero di persone che raggiungi.





INSIGHT DA MONITORARE

POST

PERSONE

19

Notifiche 4

Insights

Altro ▾

Modifi...

Impostazioni

Assisten

19

Quando i tuoi fan sono online

Tipi di post

Post popolari delle Pagine che tieni sotto controllo

Dati relativi a un intervallo recente di 1 settimana. I dati statistici relativi agli orari sono mostrati nel fuso orario del Pacifico.

GIORNI

1955

1950

1946

1953

1926

1952

1943

lun

mar

mer

gio

ven

sab

dom

ORARI

tuoi fan

Persone che seguono la tua Pagina

Persone raggiunte

Persone coinvolte

numero di persone che hanno visto uno dei tuoi post almeno una volta, suddivise per età e genere. I dati demografici ggregati si basano su una serie di fattori, incluse le informazioni relative a età e genere che gli utenti forniscono nei propri profili Facebook. Questo numero rappresenta una stima.

Donne

56%

I tuoi fan

Uomini

43%

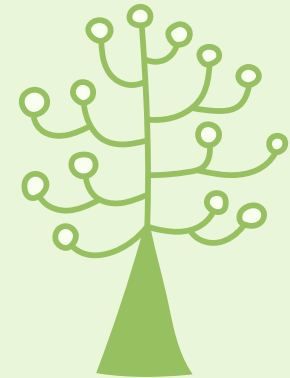
I tuoi fan

Paese	I tuoi fan	Città	I tuoi fan	Lingua	I tuoi fan
Italia	1979	Roma, Lazio	415	Italiano	1947
Regno Unito	11	Milano, Lombardia	69	Inglese (Regno Unito)	52
Spagna	7	Cagliari, Sardegna	64	Inglese (USA)	32
Francia	7	Torino, Piemonte	63	Francese (Francia)	13

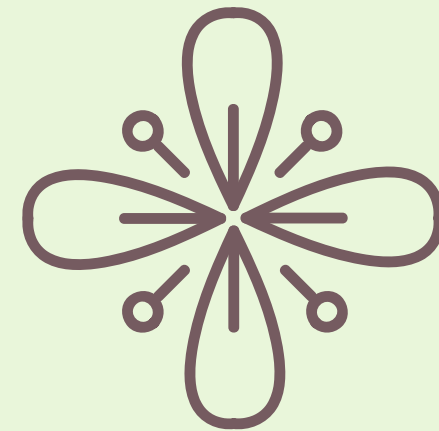
INSTAGRAM



Le immagini
devono essere
belle e inerenti
a quello che
raccontiamo



utilizzo degli
hashtag



Utilizzare stories
e contest per
coinvolgere il
pubblico

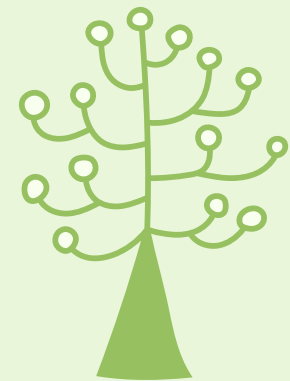


Lettura dati
insight di
Instagram

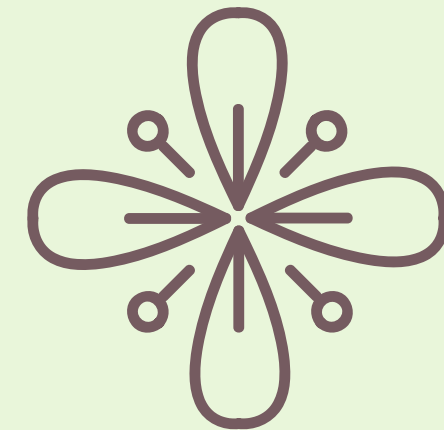
TWITTER



Registro
comunicativo
più istituzionale



utilizzo degli
hashtag e delle
menzioni



Disponibili solo
280 caratteri,
comunicazione
breve e
necessari link
esterni



Lettura dati
insight di
Twitter

RICONDIVIDI E INTERAGISCI CON GLI ALTRI UTENTI

- Commenta, metti like alle pagine che ti interessano, partecipa ai contest
- Rispondi ai messaggi in posta privata
SEMPRE
- Utilizza la sezione commenti per aggiungere info o news riguardo a un post

“

**“Non possiamo scegliere se
usare o meno i social media.
Possiamo solo scegliere
quanto usarli bene.”**

Eric Qualman