

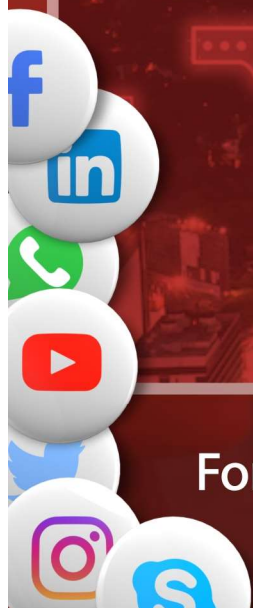


Linea Amica

LADIDATTICA
FORMAZIONE ONLINE PER LA PA

COMUNICAZIONE WEB E SOCIAL

a cura di Andrea Marrucci



FormezPA



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



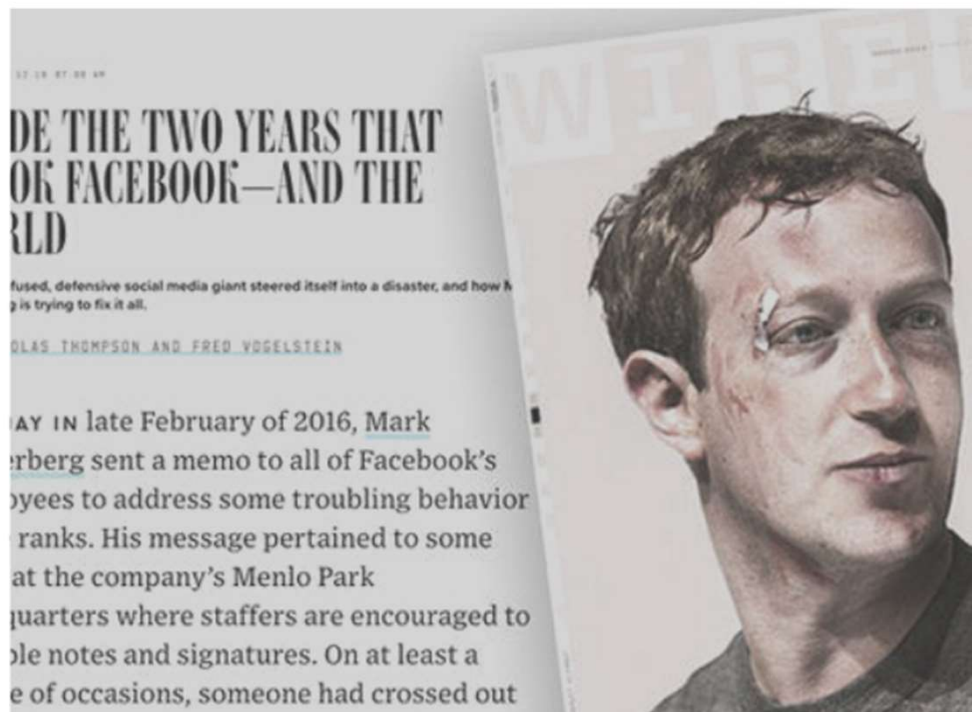
Agenzia per la
Coesione Territoriale



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della
Funzione Pubblica

pion

GOVERNANCE
E CAPACITÀ
ISTITUZIONALE
2014-2020



FACEBOOK E' ANCORA UN SOCIAL IMPORTANTE?

NEL 2018 WIRED USA DEDICA LA
COPERTINA AL FONDATORE DEL
SOCIAL NETWORK E RACCONTA DELLA
IMMINENTE CRISI DI FACEBOOK

UN PO' DI STORIA

FEBBRAIO
2004

NASCE THE
FACEBOOK

DICEMBRE
2004

1 MILIONE DI
UTENTI MENSILI

AGOSTO
2008

100 MILIONI DI
UTENTI

OTTOBRE
2012

1 MILIARDO DI
UTENTI

DICEMBRE
2021

2,1 MILIARDI DI
UTENTI



Top social media and messaging

Italy

Rank	Brand	For news	For any purpose
1	Facebook	50% (-6)	74%
2	WhatsApp	30% (+1)	84%
3	YouTube	20% (-4)	67%
4	Instagram	15% (-2)	48%
5	Twitter	8% (-1)	18%
6	Telegram	7% (+1)	28%

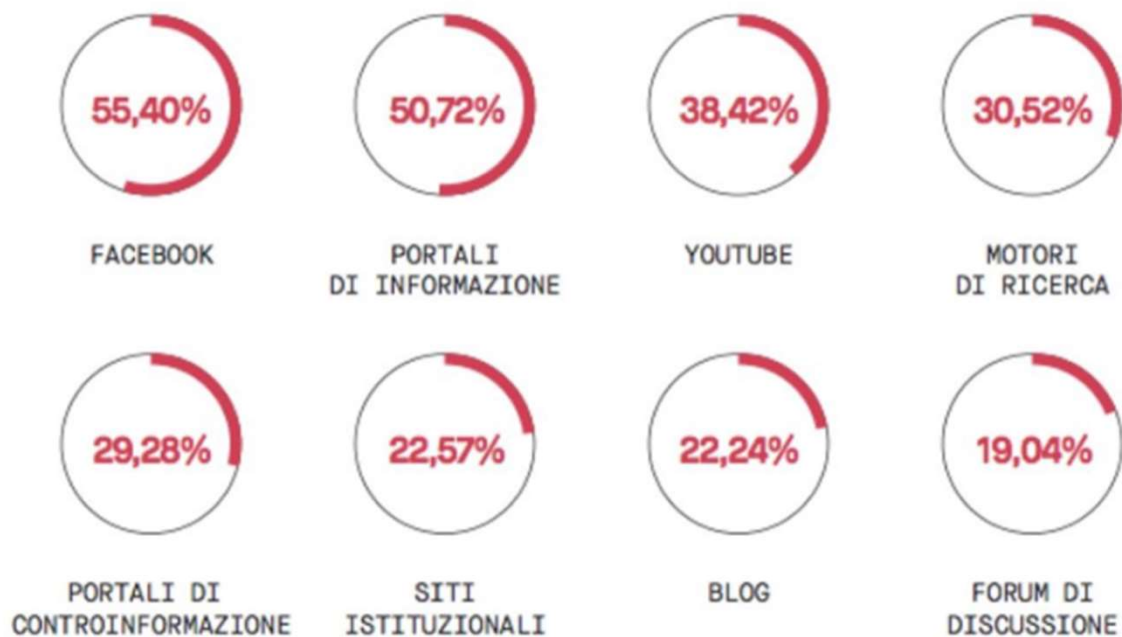


[Get the data](#) • [Embed](#)

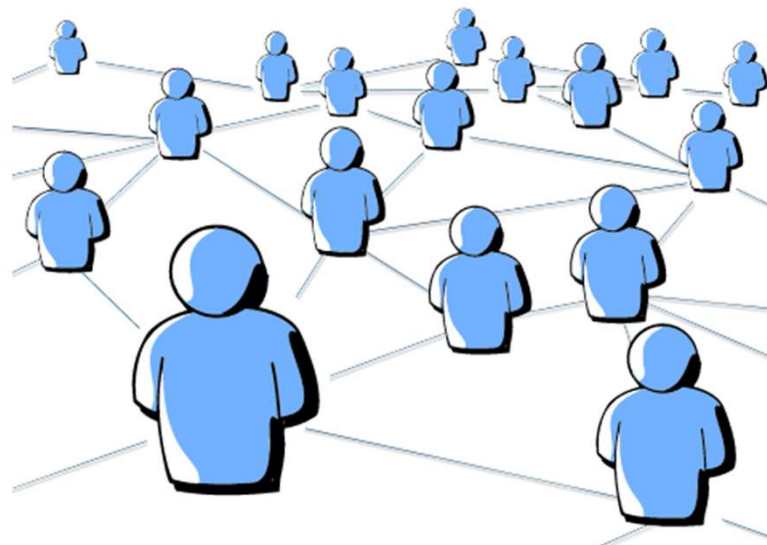


**Facebook è il social più utilizzato per le notizie (50%),
seguito da WhatsApp (30%) e YouTube (20%).**

PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE CONSULTATE IN RETE



Facebook
supera anche
i portali di
informazione



Facebook è nato come rete di profili personali diffusa
nei college americani
Poi sono nati i gruppi e le pagine

I GRUPPI

Su Facebook gli utenti possono creare gruppi di profili personali che ruotano intorno a interessi comuni. I gruppi possono essere aperti o chiusi



PAGINE

La pagina è lo strumento che Facebook mette a disposizione per rappresentare, fra le tante categorie disponibili, anche un Ente Pubblico. Le pagine possono essere verificate, garantendo in questo modo l'autenticità della fonte e un miglior posizionamento nei risultati di ricerca su Facebook

PAGINE

Creare una pagina ufficiale è la scelta migliore per rappresentare enti, aziende, brand etc, in maniera conforme ai Termini di servizio del social network e alle Linee guida per la pubblica amministrazione.

La pagina può essere amministrata da più profili personali, ciascuno con diverso ruolo e possibilità di modifica (dal moderatore all'analista dei dati).

PAGINE

La pagina offre la possibilità di analizzare i dati di accesso tracciando un accurato profilo socio-demografico della propria utenza ed evidenziando i contenuti di maggior successo presso il proprio pubblico di riferimento. Consente inoltre di programmare la pubblicazione dei contenuti, di differenziarla a seconda di nicchie e segmenti specifici di pubblico, di arricchirla con nuove applicazioni e sezioni personalizzate.

ALT !

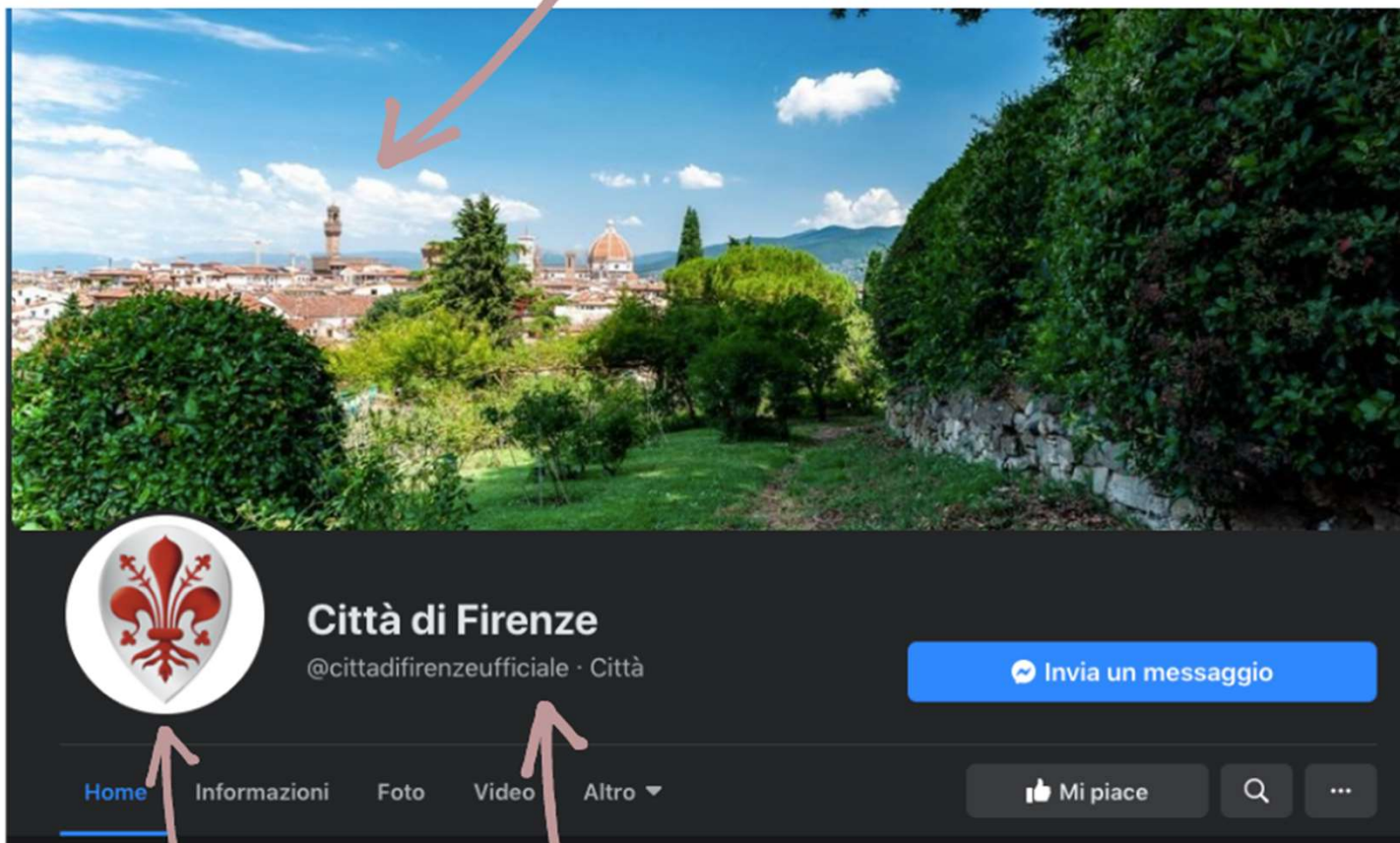
FARSI RICONOSCERE



DI QUALE COMUNE
D'ITALIA SARA' QUESTA
IMMAGINE DI COPERTINA



IMMAGINE DI COPERTINA
FACILMENTE
RICONOSCIBILE



PROFILO
UTENTE CON
STEMMA DEL
COMUNE

NOME UTENTE
CHIARO

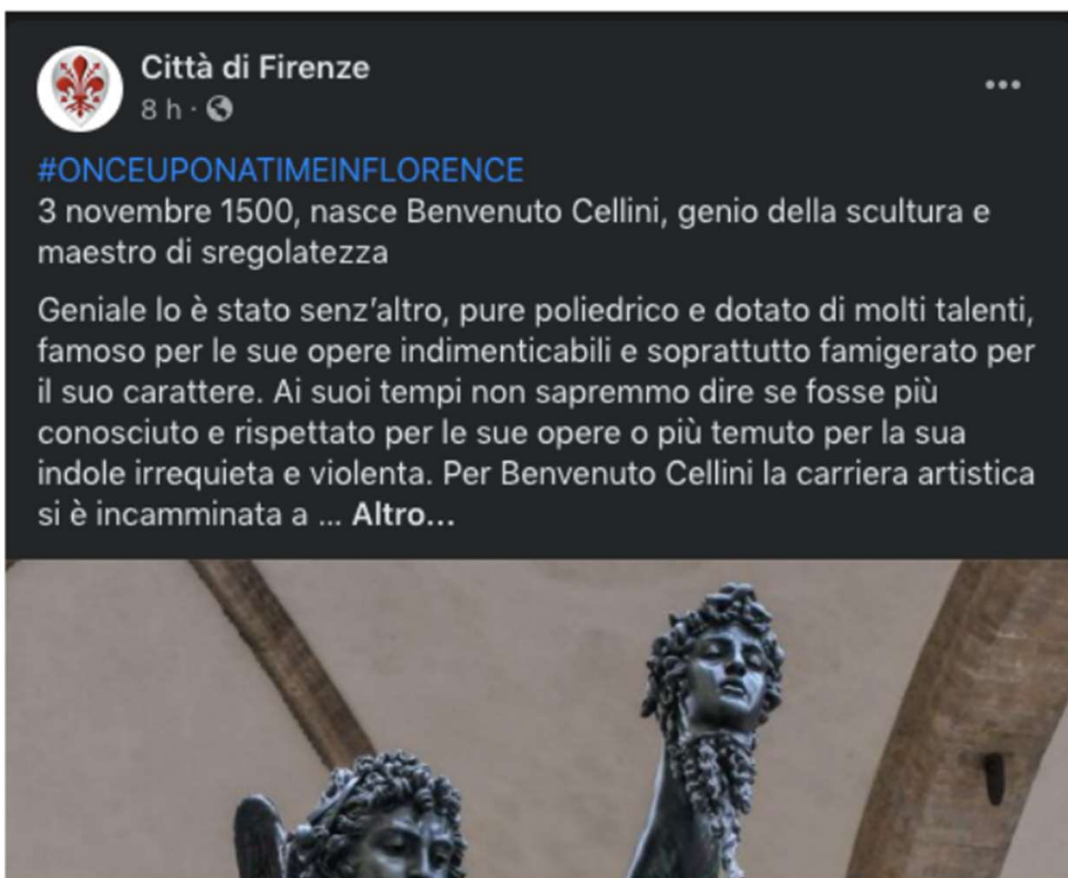
Città di Firenze

Piazza della Signoria Firenze
50122 Firenze, Toscana

PAGINA UFFICIALE

**LINK AL
CANALE
TELEGRAM**

**MAIL DI
RIFERIMENTO**



**RUBRICA
SULLA CITTÀ**



**CHI SI NASCONDE
DIETRO L'IMMAGINE DI
COPERTINA?**

INSERIMENTO DI GRAFICA
PER MIGLIORARE
RICONOSCIBILITÀ



Ministero dell'Istruzione

MI Social ✓

@MIsocialFB · Ente pubblico

Scopri di più

miur.gov.it

Home

Informazioni

Foto

Eventi

Altro ▼

Mi piace

Q

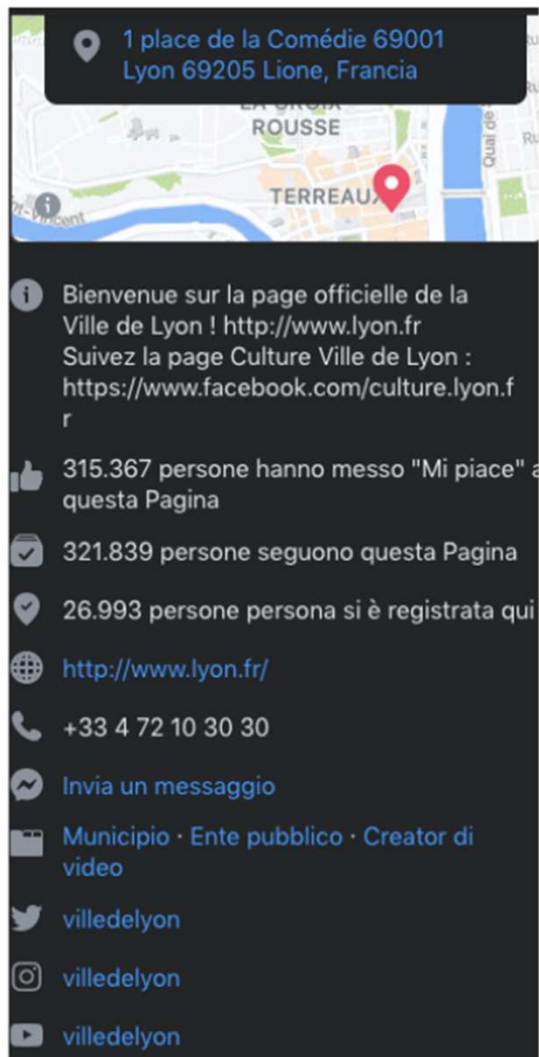
...

SPUNTA BLU

REINVIO AL
SITO WEB DEL
MINISTERO

USO COPERTINA PER MANDARE MESSAGGIO





LINK AGLI
ALTRI SOCIAL
NETWORK

PAGINE EVENTO

Gli eventi rappresentano
un ulteriore modo per “essere presenti” e
avere seguito su Facebook

GRUPPI

Sono gruppi di persone-utenti con interessi comuni che desiderano confrontarsi, aiutarsi, conoscersi. L'interazione nei gruppi è solitamente più alta che sulle pagine. Hanno una maggiore propensione a far conoscere le persone.



**GRUPPO DELL'AZIENDA SANITARIA
TOSCANA SUD EST
COLLEGATO ALLA PAGINA AZIENDALE**

Contenuti





Scrivere post efficaci

Brevi, chiari e
facilmente
comprensibili



Immagini e video

I contenuti visual
sono quelli che
hanno maggiore
successo su
Facebook



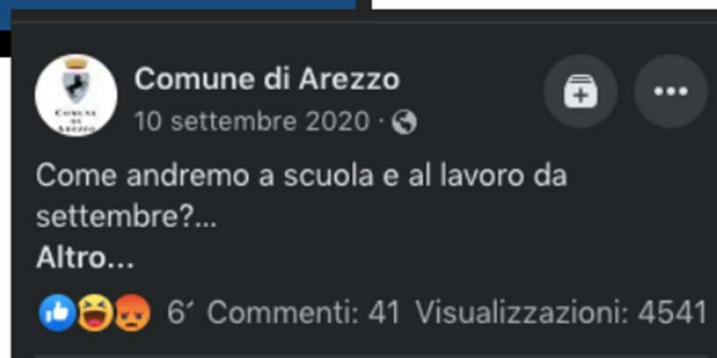
Avere fantasia (senza esagerare)

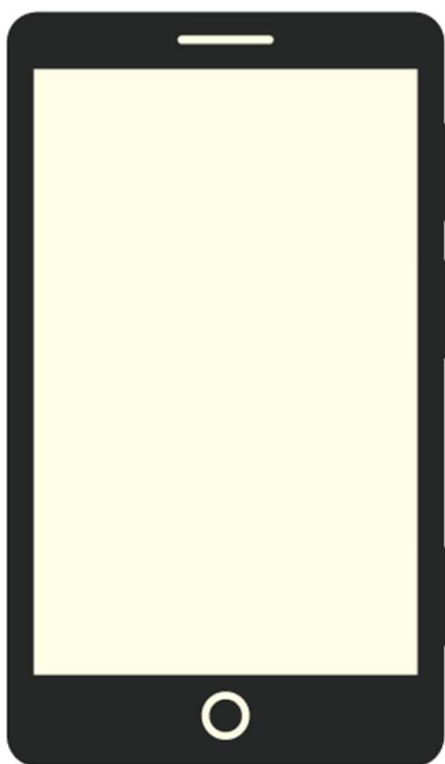
Utilizzare
emoticon e
arricchire i nostri
post per renderli
più accattivanti



Il buongiorno

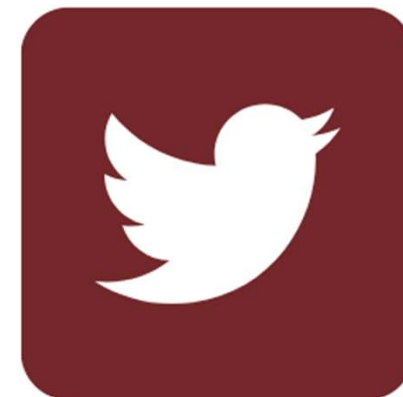
Una bella immagine,
brandizzata e
arricchita da
informazioni
facilmente
comprensibili



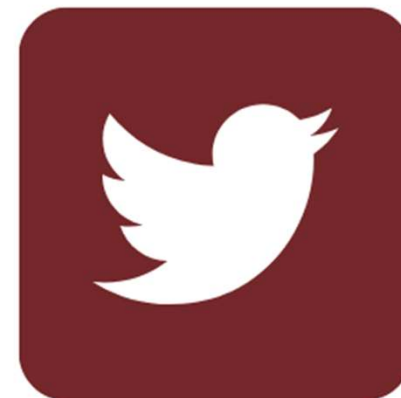


TWITTER

UN SOCIAL DIVERSO



alcuni social si basano sui rapporti con il network (le Fan Page Facebook si rivolgono ai propri fan e gli account LinkedIn ai propri contatti) ed altri si basano sui trending topic e non sono necessariamente stretti intorno ai follower acquisiti



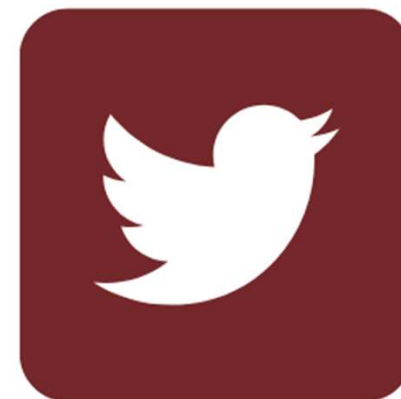
Twitter va considerato come social media (più che come social network), un ambiente digitale in cui ciò che si pubblica diventa disponibile a tutti.

Nato nel 2006 dalla Obvious Corporation di San Francisco, la piattaforma di social networking e microblogging di Twitter si caratterizzava per il limite massimo di 140 caratteri dei messaggi fino al novembre 2017 quando il limite è stato portato a 280 caratteri.

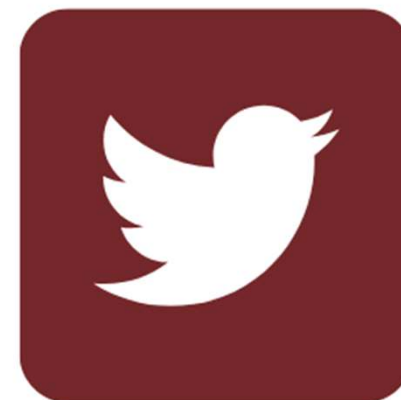


Ha oltre 320 milioni di utenti
attivi al mese di cui 6,4 milioni in
Italia.

Su Twitter possiamo seguire
chiunque (following) ed essere
seguiti da chiunque (follower),
senza per questo chiedere o
ricambiare “il favore”.



Twitter riesce ad essere un mezzo di comunicazione che “impone” alla PA di parlare non solo a coloro che la seguono e la “costringe” a non essere autoreferenziale, ma al contrario aperta al confronto sui temi che stanno più a cuore agli utenti.



COME SI STA SU TWITTER?

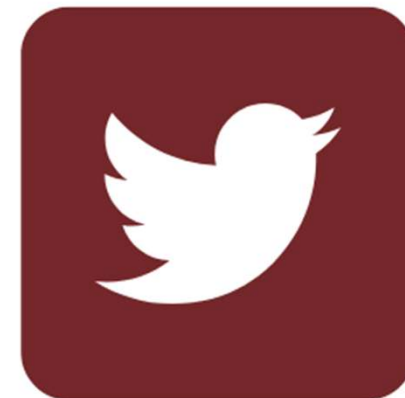
DUE POSSIBILITA'

Per parlare di se stessi o fare social media monitoring, ascoltando prima di parlare, introducendosi negli argomenti che la piazza virtuale mette a disposizione ogni giorno, senza per questo perdere in autorevolezza o spersonalizzando la propria presenza.

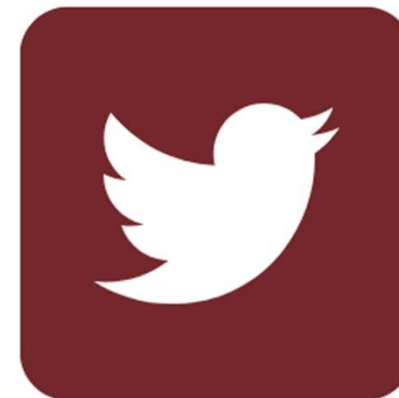
La prima cosa da fare quando si decide di utilizzare Twitter è partire dal concetto di ascolto. La piattaforma di microblogging rispetto ad altri canali social presenta una eccezionale possibilità di individuare persone e argomenti che ci interessano o che sono d'attualità.



Da un lato, gli utenti che riteniamo importanti si possono seguire (basta diventare follower, magari creando anche liste ad hoc) e, dall'altro, possiamo monitorare argomenti e temi attraverso gli hashtag.



Per prima cosa, dunque, va individuato il potenziale pubblico di riferimento, i possibili destinatari dei nostri messaggi, quelli che formeranno la nostra community.



Raggiungere un pubblico molto vasto, almeno sulla carta, non è impossibile, basta saper maneggiare le 'Tendenze' (o trending topic o TT).



Monitorare gli argomenti emergenti e di tendenza è importante per inserirsi in un flusso di comunicazione e guadagnare visibilità. Attenzione, però, non basta inserire l'hashtag del momento per guadagnare popolarità: il tweet dovrà essere collegato all'argomento in questione, aggiungere qualcosa alla discussione globale, altrimenti sarà visto ma non avrà interazioni

LA GESTIONE DELL'ACCOUNT

Un piano editoriale su Twitter richiede molta attenzione perché, a differenza di altri social, il microblogging richiede una presenza costante e continua non solo per la creazione di contenuti propri ma anche perché bisogna ascoltare i cinguettii degli altri e capire dove sta andando l'attenzione degli utenti.

Twitter resta uno strumento chiave per una PA, sia per le informazioni in emergenza, sia come sportello social per rispondere alle richieste dei cittadini. E la natura della piattaforma costringe a una velocità di comunicazione e a una sburocratizzazione del linguaggio che abbatte le barriere con il cittadino.



Il caso

ACCOUNT @ASKEXPO SOCIAL INFO-POINT FRUTTO DELLA COLLABORAZIONE TRA EXPO2015 E TWITTER LANCIATO IN OCCASIONE DELL'APERTURA DI EXPO MILANO 2015.



Il primo social info-point realizzato per un'Esposizione Universale.
Aggiornamenti e risposte in tempo reale in Italiano e Inglese.
Dal lunedì al giovedì dalle 9 alle 20, dal venerdì alla domenica dalle 9 alle 23.

Contenuti pubblicati

4.447



Visualizzazioni
475,3 M



Tweet con
@askexpo #askexpo
42.200



Interazioni totali
40.349



@AskExpo

35.900 Follower

51% 49%

19.667 7.250 13.452

Risultati



Risposte in 6 mesi

14.381



76% in meno di

10 MIN

A cosa rispondeva?



Acquisto biglietti



Eventi e servizi ai visitatori



Mobilità urbana



Cosa fare a Milano



Eventi ExpoInCittà

Il caso

ACCOUNT @ASKEXPO SOCIAL INFO-POINT FRUTTO DELLA COLLABORAZIONE TRA EXPO2015 E TWITTER LANCIATO IN OCCASIONE DELL'APERTURA DI EXPO MILANO 2015.

Com'era organizzato?



Secondo i dati di uno studio McKinsey e Nielsen, il costo per risoluzione via Twitter è 1/6 del costo dello stesso servizio via call center

La narrazione per immagini



Un po' di storia

2010

Scatta, metti un filtro e un hashtag e pubblica: dal 6 ottobre 2010 il mondo social viene rivoluzionato da

Instagram. I primi due anni era un'app disponibile solo su iPhone poi, nel 2012, l'app arriva anche su Android e inizia una crescita che non si è mai fermata. Le foto riescono a sintetizzare ancora di più i messaggi ed è un successo.

2012 - 2016

Nel 2012 Zuckerberg acquista Instagram per 1 miliardo di dollari. Parte da qui una rivoluzione per la App: le foto caricabili sono anche di formato diverso dal 1:1 e i video, inizialmente caricabili per pochi secondi, si allungano. Instagram cambia radicalmente e diventa un social per tutti e non solo per chi è bravo a scattare foto.

2016 - 2018

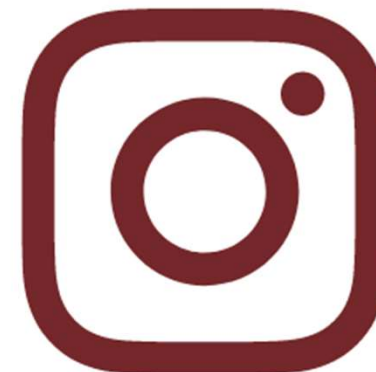
Instagram fa boom. Arrivano le stories, i contenuti a scomparsa mutuati da Snapchat, Direct, i profili aziendali... Instagram è molto meno App e molto più social. Si afferma definitivamente su Instagram anche la figura dell'Influencer che detta legge su cosa mangiare, indossare e comprare!

2018 -

Continua l'evoluzione di Instagram che oggi, dopo aver definitivamente sdoganato le stories come linguaggio, temendo come concorrente principale Tik Tok, ha inserito i Reel mini video con base musicale.



Un po' di numeri



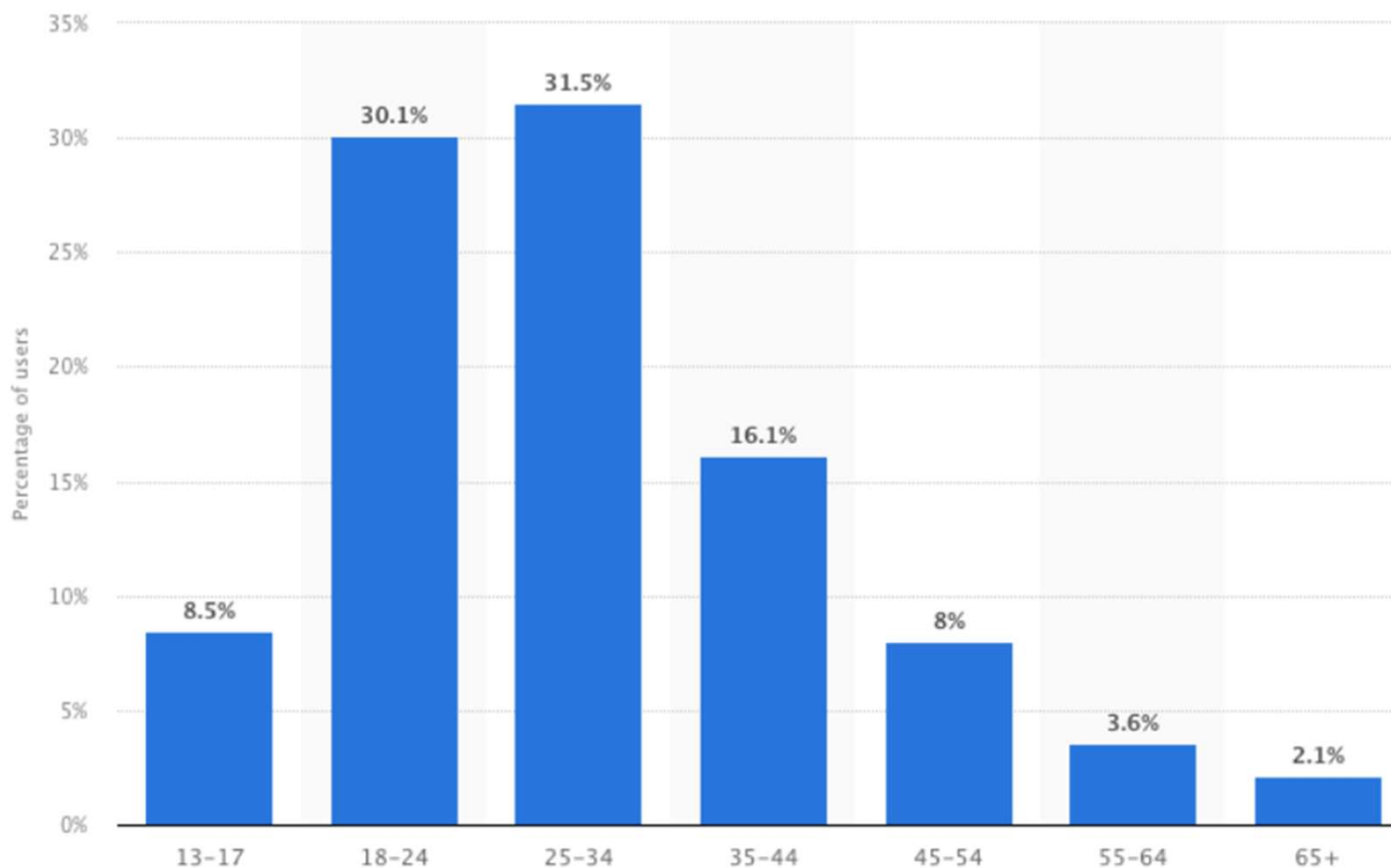
1 MLD DI UTENTI

Nel 2021, Instagram ha superato 1 miliardo di utenti attivi, e oltre 500 milioni di utenti utilizzano la piattaforma ogni giorno. A giugno del 2013, Instagram aveva “appena” 130 milioni di utenti attivi mensili, e oggi è una delle app e dei social network più popolari a livello mondiale.

STORIES DI SUCCESSO

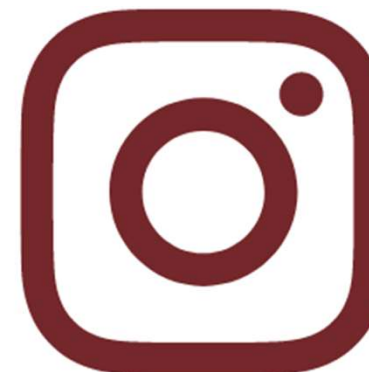
Sono oltre 500 milioni di utenti giornalieri di Instagram Stories attivi. Il 70% degli utenti di Instagram guarda le storie ogni giorno. L'86,6% degli utenti di Instagram pubblica storie.

Un po' di numeri



Instagram è Instagram

Ha regole e linguaggi diversi da altri social. Va
conosciuto per sfruttarne a pieno le potenzialità



Il contenuto è fondamentale

Non è soltanto questione di belle foto ma
anche del messaggio che si vuole inviare

Raggiungere altre fasce di pubblico

Attraverso le immagini la PA può interessare
un pubblico diverso e parlarci con un
linguaggio nuovo

Stemma

Bio



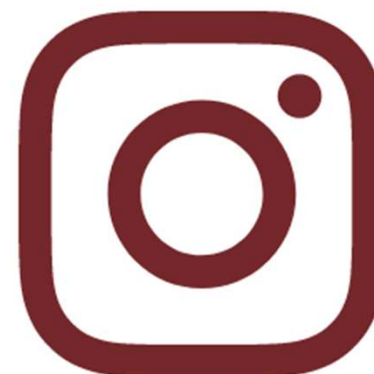
**Profilo
verificato**

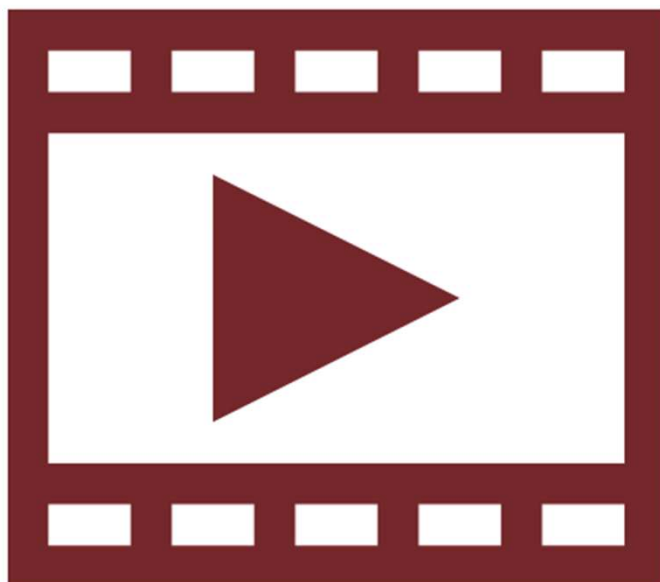
Storie fissate

riconoscibilità

L'HASHTAG

**LA MEDIA E' 10-11
PERTINENTI E COERENTI
AVERE UN PROPRIO
HASHTAG**





Reels



LA PA IN VIDEO



PERCHE'?

**Per informare, dare servizi
e raccontare l'Ente attraverso
una piattaforma sempre più
utilizzata dai cittadini**



PERCHE'?

**Video on demand
non significa soltanto
programmi di
intrattenimento, video
musicali e clip divertenti
Si sceglie YouTube non solo
divertirsi ma anche per
imparare**

Cosa si cerca?

7 su 10

Utilizzano Youtube per ottenere assistenza su un problema che ha che fare con il loro lavoro, gli studi o gli hobby.

86%

Dichiara di utilizzare spesso Youtube per imparare qualcosa di nuovo



**Molte persone di
fronte a un
problema di cui
non conoscono
la risposta si
rivolgono a
Youtube**

DIVERTIRSI CON TIK TOK



Nel 2021, TikTok ha segnato un nuovo record raggiungendo 1 miliardo di utenti registrati sulla piattaforma. Si stimano in 5,4 milioni gli utenti italiani presenti su TikTok. In maggioranza sono donne e la fascia di età prevalente è 16-24

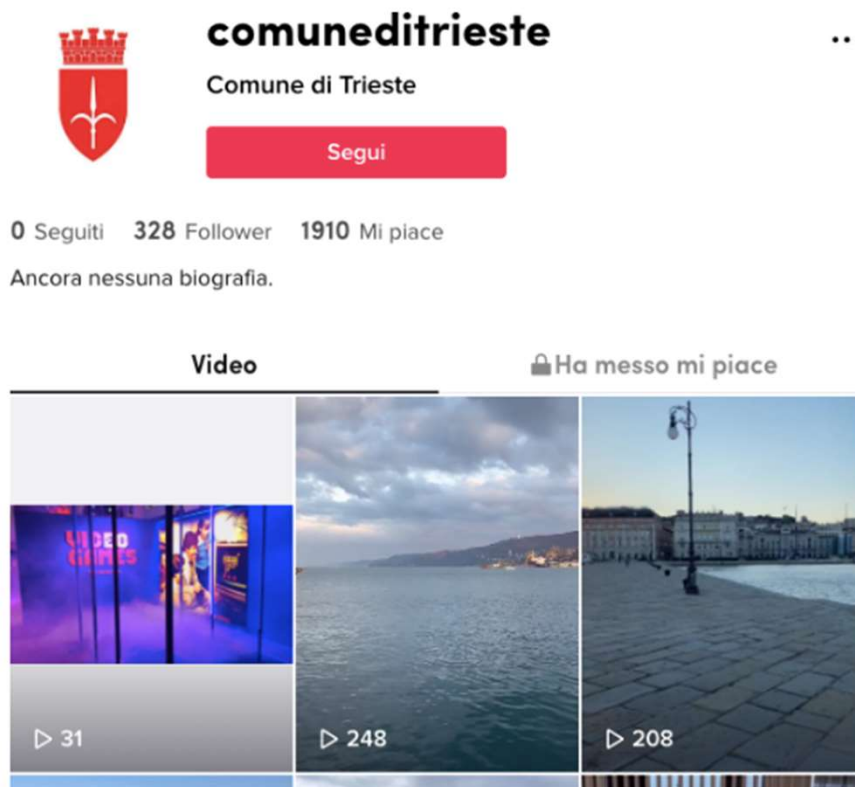


Le persone trascorrono sempre più ore sui social media, ma dedicano meno tempo a interagire con i singoli post. Questo vuol dire pubblicare più contenuti di dimensioni ridotte. TikTok guida questa rivoluzione: un contenuto vero e veloce che sta cambiando le regole del classico piano editoriale.



Con TikTok c'è un legame immediato visualizzazioni-creazioni. Non esiste una “formula” giusta o standard per pubblicare e così si incoraggiano gli utenti a realizzare contenuti senza pensare troppo al rispetto di determinati standard. Chiunque può essere un creatore





Il Comune di Trieste usa Tik Tok per consigli, spiegazioni e informazioni utili. Non rinuncia all'intrattenimento con anteprime video di backstage di preparazioni dei diversi eventi "triestini", dai concerti, ai teatri, alle iniziative delle scuole e delle associazioni giovanili.

LINKEDIN



**Linkedin ha circa 700 milioni di utenti
attivi**

La fascia di età maggiore è 25-49 anni

**Più di un utente su due ha un titolo di
studio universitario o più**



Migliorare la visibilità
dell'amministrazione nei
confronti dei cittadini, degli
imprenditori, dei
professionisti, collegare i
dipendenti, dare
informazioni in tempo reale
su bandi, eventi, progetti





Lavora al **Comune di Milano**

Scopri i bandi aperti presenta
la tua candidatura online

comune.milano.it



Comune di Milano

Pagina ufficiale del Comune di Milano dedicata alle selezioni e ai concorsi pubblici nel capoluogo lombardo

Pubblica amministrazione · Milano, Lombardia · 60.021 follower

Visualizza tutti i 4.255 dipendenti su LinkedIn

+ Segui

Visita il sito web 

Altro

Home

Chi siamo

Post

Lavoro

Vita aziendale

Persone

Video

