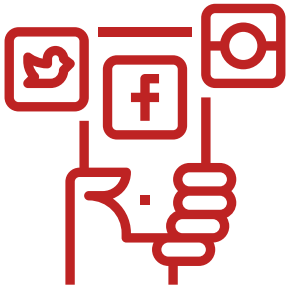


GLI ALTRI NON SIAMO NOI, SONO I SOCIAL NETWORK

RELATORE

Laura Gimminiani

dam.co
COMUNICAZIONE INTEGRATA

Il SOCIAL NETWORK

Sono sistemi capaci di

- amplificare il messaggio
- raggiungere il target designato
- misurare le performance

DOBBIAMO:

- saperli usare
- conoscerne le caratteristiche peculiari
- arrivare agli obiettivi

SCEGLIERE IL SOCIAL GIUSTO: COME?

- Dobbiamo essere su tutti?
- Meglio essere solo su alcuni?
- Scegliere solo un canale?

FACEBOOK

- GENERALISTA

Gran parte delle persone che vuoi raggiungere è su Facebook.

- È UN MOTORE DI RICERCA

Facebook il 40% del traffico verso il web*

- MISURAZIONE DEL ROI

permette di misurare il Ritorno di investimento

*dati Parse.ly 2017

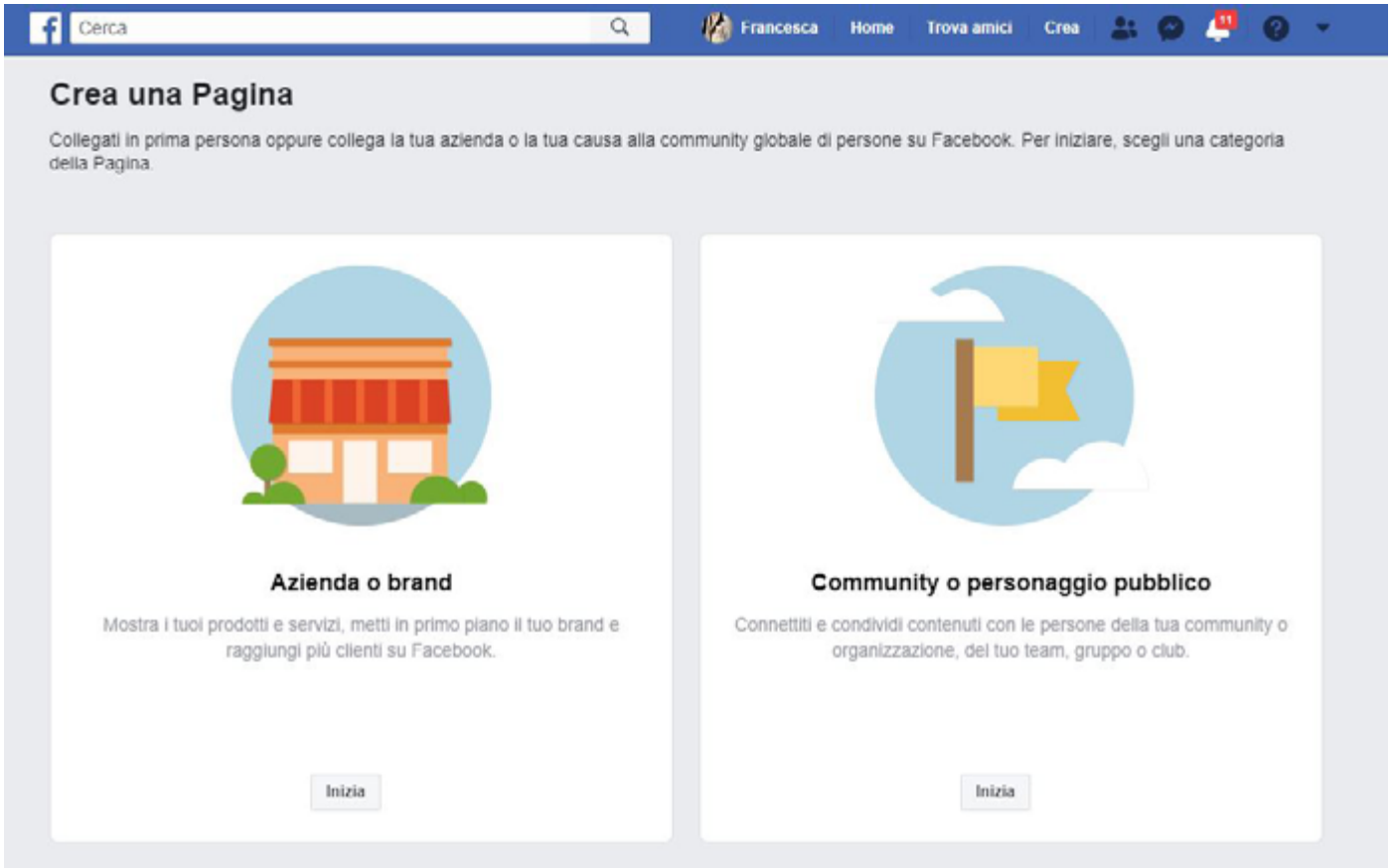
-> Vademecum Avis Nazionale:
https://www.avis.it/wp-content/uploads/2017/05/AVIS_17x24_VademecumSocial_PER_SITO_20170516.pdf

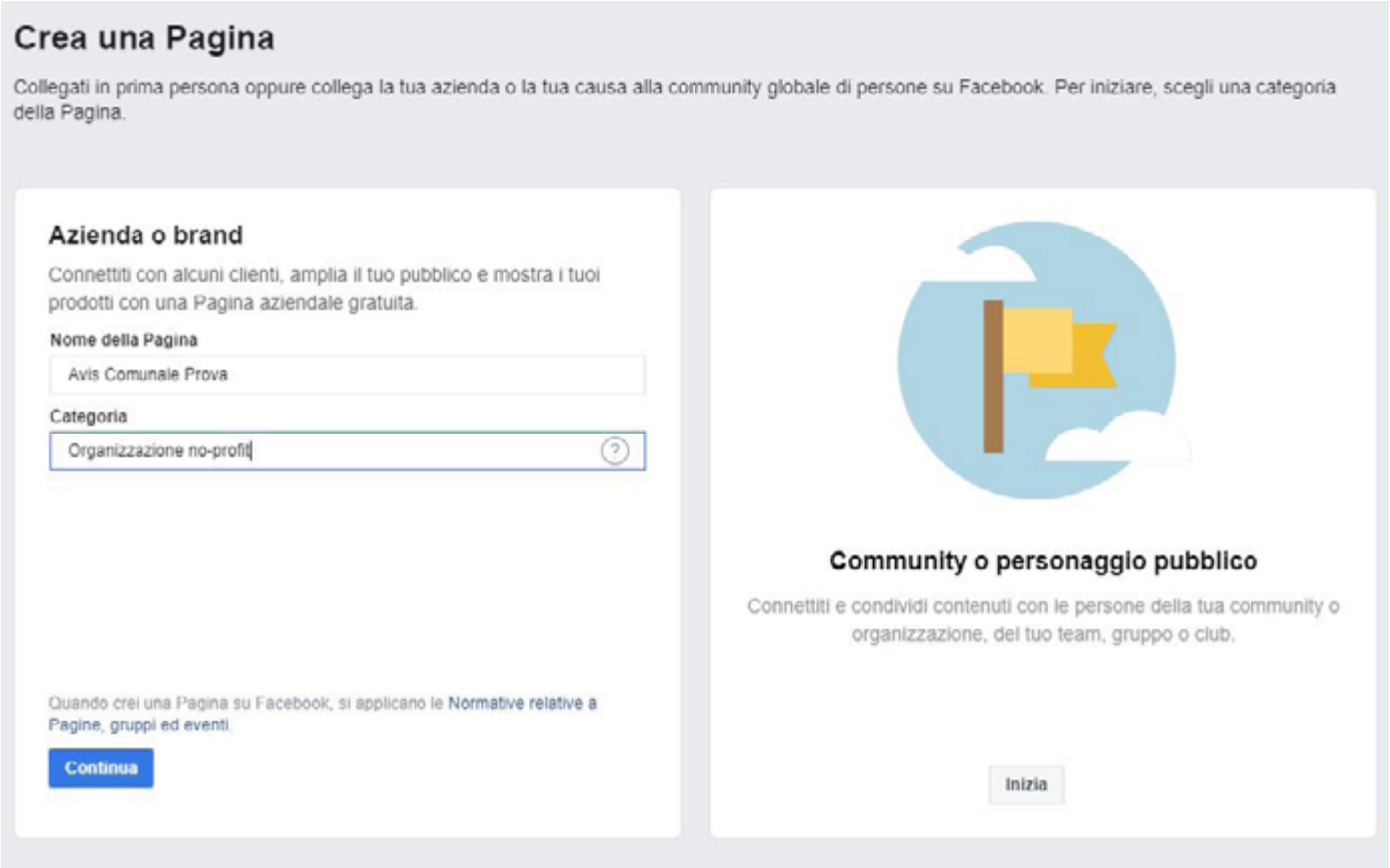
Consigli lettura:

Jean M. Twenge « Iperconnessi » Einaudi, Stile Libero Extra

CREARE UNA PAGINA FACEBOOK

- Accedi all'indirizzo https://www.facebook.com/pages/creation/
- Clicca per scegliere un tipo di Pagina.
- Inserisci le informazioni richieste.
- Clicca su Continua e segui le istruzioni visualizzate sullo schermo.

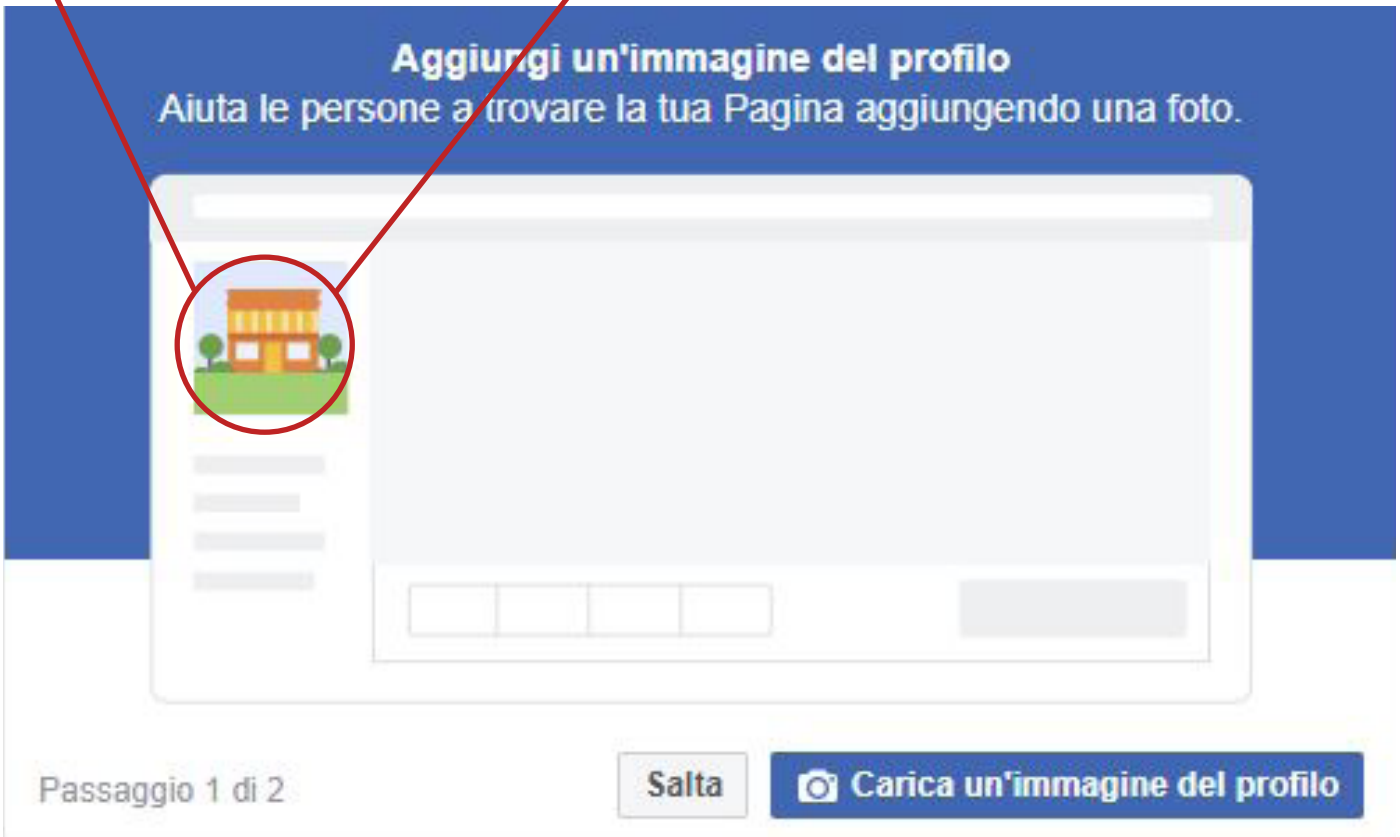

Cerca
Francesca
Home
Trova amici
Crea
Crea una Pagina
Collegati in prima persona oppure collega la tua azienda o la tua causa alla community globale di persone su Facebook. Per iniziare, scegli una categoria della Pagina.
Azienda o brand
Mostra i tuoi prodotti e servizi, metti in primo piano il tuo brand e raggiungi più clienti su Facebook.
Inizia
Community o personaggio pubblico
Connettiti e condividi contenuti con le persone della tua community o organizzazione, del tuo team, gruppo o club.
Inizia


Crea una Pagina
Collegati in prima persona oppure collega la tua azienda o la tua causa alla community globale di persone su Facebook. Per iniziare, scegli una categoria della Pagina.
Azienda o brand
Connettiti con alcuni clienti, amplia il tuo pubblico e mostra i tuoi prodotti con una Pagina aziendale gratuita.
Nome della Pagina
Avis Comunale Prova
Categoria
Organizzazione no-profit
Quando crei una Pagina su Facebook, si applicano le Normative relative a Pagine, gruppi ed eventi.
Continua
Community o personaggio pubblico
Connettiti e condividi contenuti con le persone della tua community o organizzazione, del tuo team, gruppo o club.
Inizia

Logo Avis

No del comune
No di specifiche campagne
No di gruppi di persone

170 px x 170 px

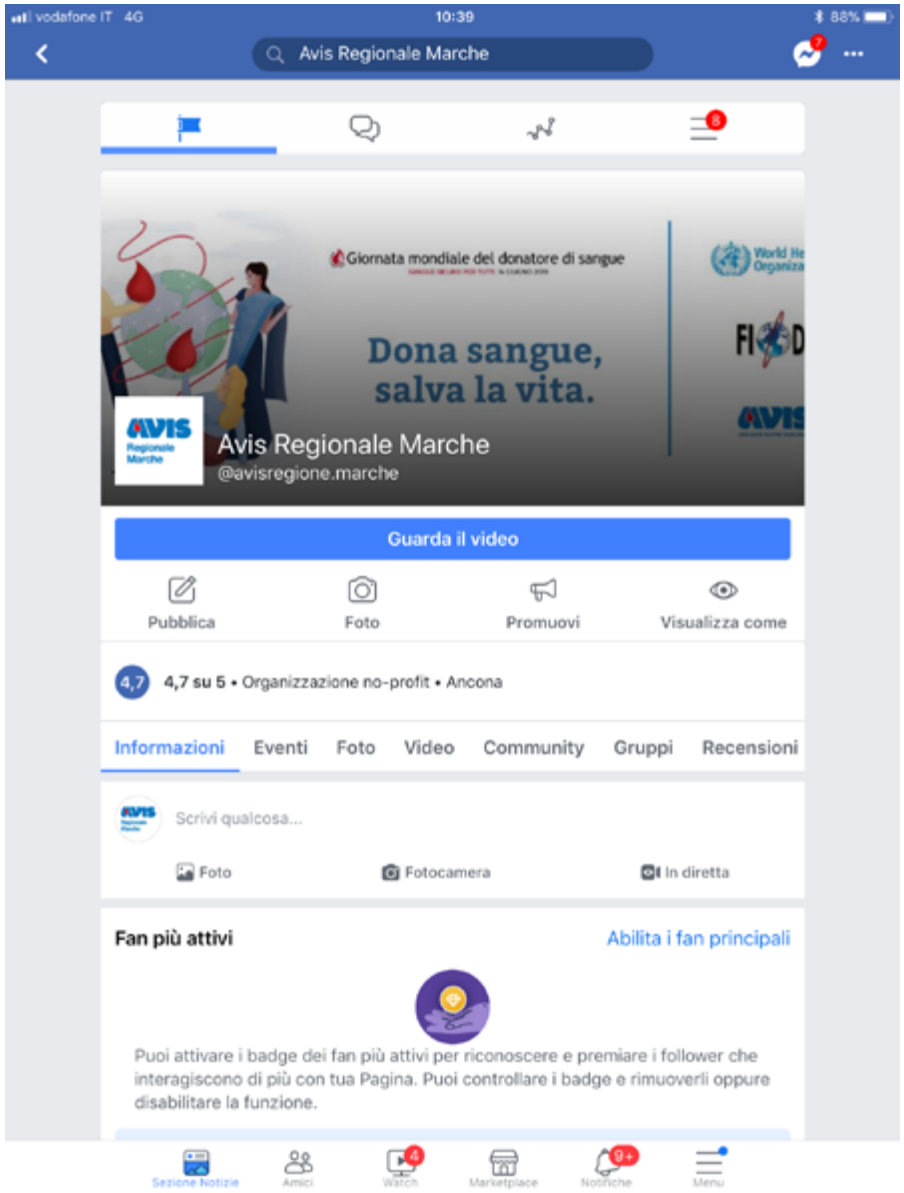


Attenzione ai formati Mobile:
Tablet e Smartphone tagliano le estremità!
640 x 360 pixel
-> Grafica e testi al centro

820 px 312 px

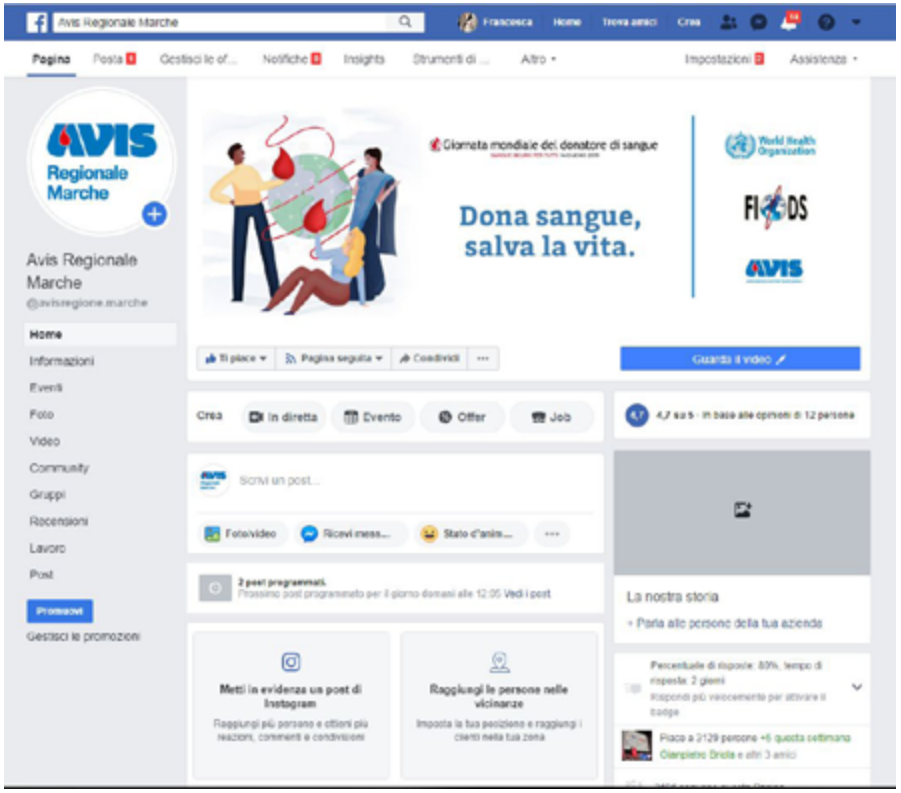
Visualizzazione da Desktop

Visualizzazione da Smartphone

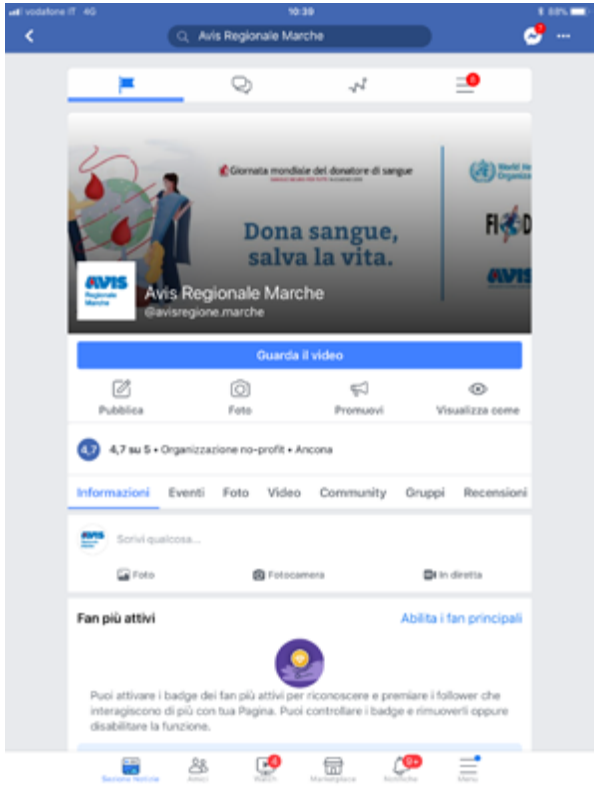


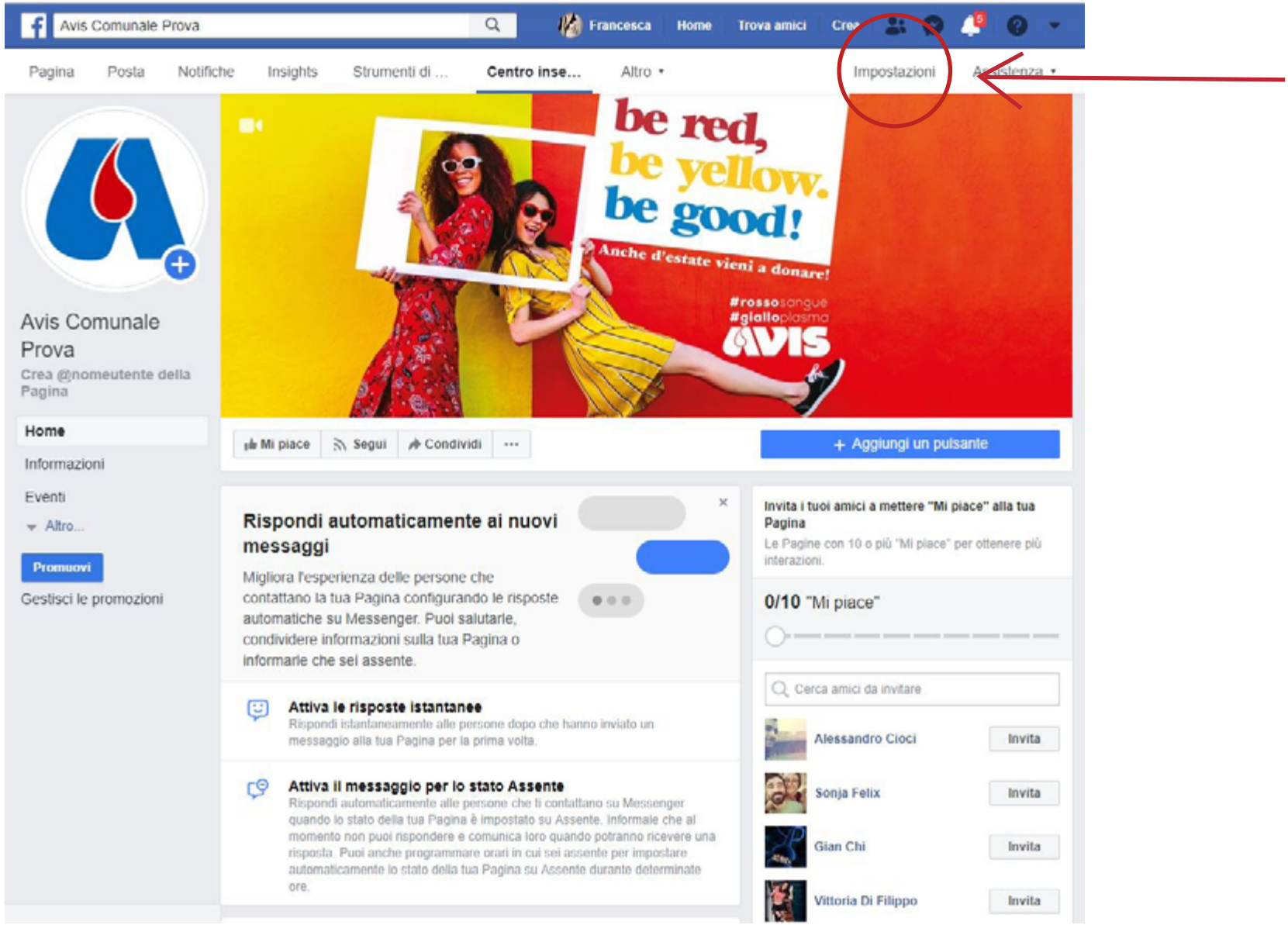
Visualizzazione da Tablet

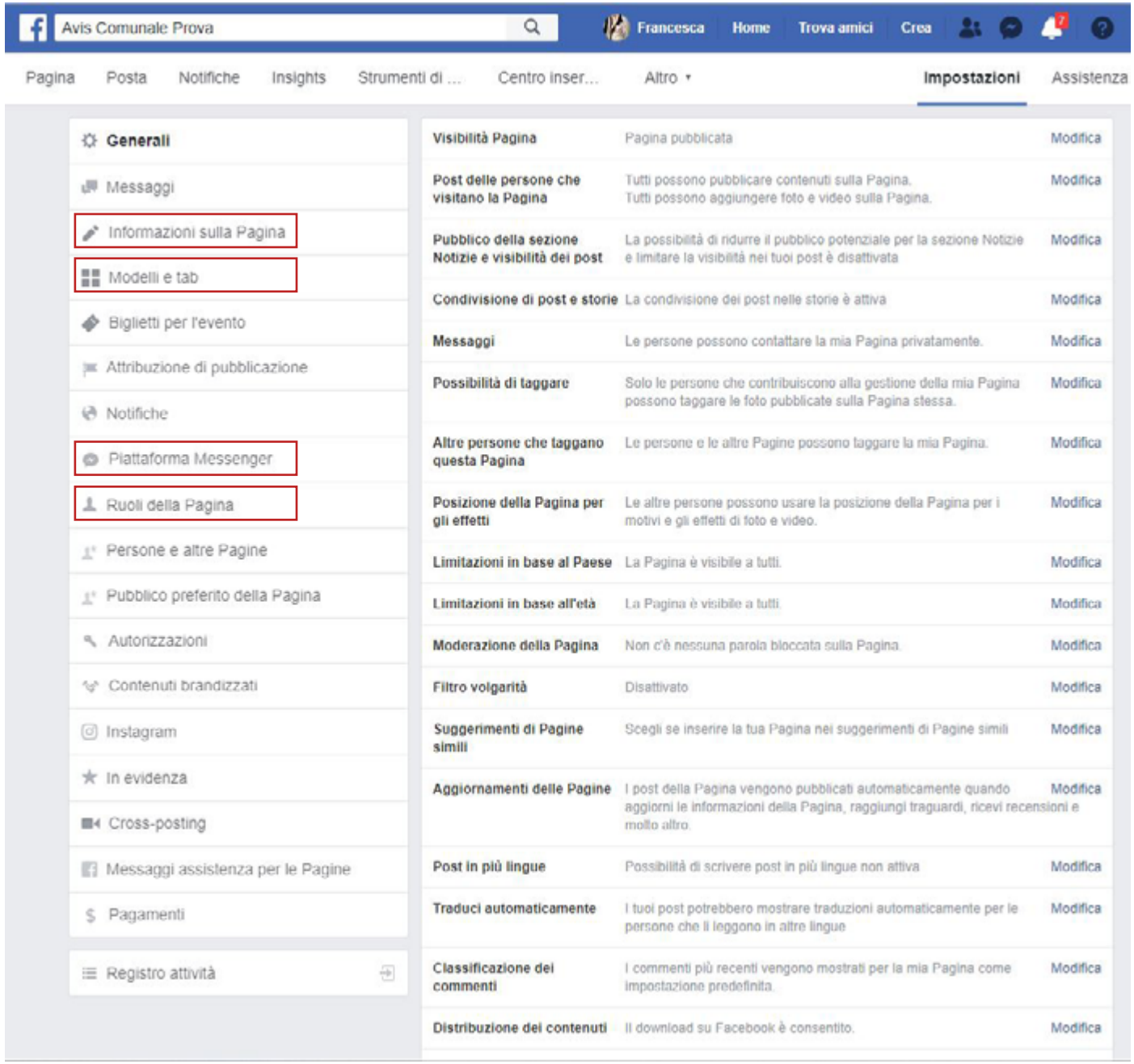
FACEBOOK


Avis Regionale Marche
Dona sangue, salva la vita.
Giornata mondiale del donatore di sangue
Avis Regionale Marche
@avisregione.marche
Guarda il video
La nostra storia

Dona sangue, salva la vita.
Avis Regionale Marche
Organizzazione no-profit
Mi piace
Guarda il video
Piace a Francesca, Simone e altri 3127
Home
Informazioni
Eventi
Foto
Video
Informazioni
Proponi modifiche


Avis Regionale Marche
Dona sangue, salva la vita.
Avis Regionale Marche
@avisregione.marche
Guarda il video
Informazioni
Eventi
Foto
Video
Community
Gruppi
Recensioni
Fan più attivi
Abilita i fan principali


Avis Comunale Prova
Francesca
Home
Trova amici
Pagina
Posta
Notifiche
Insights
Strumenti di ...
Centro inse...
Altro
Impostazioni
Assistenza
Avis Comunale Prova
Crea @nomeutente della Pagina
Home
Informazioni
Eventi
Altro...
Promuovi
Gestisci le promozioni
be red, be yellow. be good!
Anche d'estate vieni a donare!
#rossosangue
#giallopiasma
AVIS
Mi piace
Segui
Condividi
+ Aggiungi un pulsante
Rispondi automaticamente ai nuovi messaggi
Migliora l'esperienza delle persone che contattano la tua Pagina configurando le risposte automatiche su Messenger. Puoi salutarle, condividere informazioni sulla tua Pagina o informarle che sei assente.
Attiva le risposte istantanee
Rispondi istantaneamente alle persone dopo che hanno inviato un messaggio alla tua Pagina per la prima volta.
Attiva il messaggio per lo stato Assente
Rispondi automaticamente alle persone che ti contattano su Messenger quando lo stato della tua Pagina è impostato su Assente. Informale che al momento non puoi rispondere e comunica loro quando potranno ricevere una risposta. Puoi anche programmare orari in cui sei assente per impostare automaticamente lo stato della tua Pagina su Assente durante determinate ore.
Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" alla tua Pagina
Le Pagine con 10 o più "Mi piace" per ottenere più interazioni.
0/10 "Mi piace"
Cerca amici da invitare
Alessandro Cioci
Invita
Sonja Felix
Invita
Gian Chi
Invita
Vittoria Di Filippo
Invita


Avis Comunale Prova
Francesca
Home
Trova amici
Crea
Pagina
Posta
Notifiche
Insights
Strumenti di ...
Centro inser...
Altro
Impostazioni
Assistenza
Generali
Messaggi
Informazioni sulla Pagina
Modelli e tab
Biglietti per l'evento
Attribuzione di pubblicazione
Notifiche
Piattaforma Messenger
Ruoli della Pagina
Persone e altre Pagine
Pubblico preferito della Pagina
Autorizzazioni
Contenuti brandizzati
Instagram
In evidenza
Cross-posting
Messaggi assistenza per le Pagine
Pagamenti
Registro attività
Visibilità Pagina
Pagina pubblicata
Modifica
Post delle persone che visitano la Pagina
Tutti possono pubblicare contenuti sulla Pagina.
Tutti possono aggiungere foto e video sulla Pagina.
Modifica
Pubblico della sezione Notizie e visibilità dei post
La possibilità di ridurre il pubblico potenziale per la sezione Notizie e limitare la visibilità nei tuoi post è disattivata
Modifica
Condivisione di post e storie
La condivisione dei post nelle storie è attiva
Modifica
Messaggi
Le persone possono contattare la mia Pagina privatamente.
Modifica
Possibilità di taggare
Solo le persone che contribuiscono alla gestione della mia Pagina possono taggare le foto pubblicate sulla Pagina stessa.
Modifica
Altre persone che taggano questa Pagina
Le persone e le altre Pagine possono taggare la mia Pagina.
Modifica
Posizione della Pagina per gli effetti
Le altre persone possono usare la posizione della Pagina per i motivi e gli effetti di foto e video.
Modifica
Limitazioni in base al Paese
La Pagina è visibile a tutti.
Modifica
Limitazioni in base all'età
La Pagina è visibile a tutti.
Modifica
Moderazione della Pagina
Non c'è nessuna parola bloccata sulla Pagina.
Modifica
Filtro volgarità
Disattivato
Modifica
Suggerimenti di Pagine simili
Scegli se inserire la tua Pagina nei suggerimenti di Pagine simili
Modifica
Aggiornamenti delle Pagine
I post della Pagina vengono pubblicati automaticamente quando aggiorni le informazioni della Pagina, raggiungi traguardi, ricevi recensioni e molto altro.
Modifica
Post in più lingue
Possibilità di scrivere post in più lingue non attiva
Modifica
Traduci automaticamente
I tuoi post potrebbero mostrare traduzioni automaticamente per le persone che li leggono in altre lingue
Modifica
Classificazione dei commenti
I commenti più recenti vengono mostrati per la mia Pagina come impostazione predefinita.
Modifica
Distribuzione dei contenuti
Il download su Facebook è consentito.
Modifica

SVILUPPARE UNA SOCIAL STRATEGY SU FACEBOOK

Fase 1: POSIZIONAMENTO

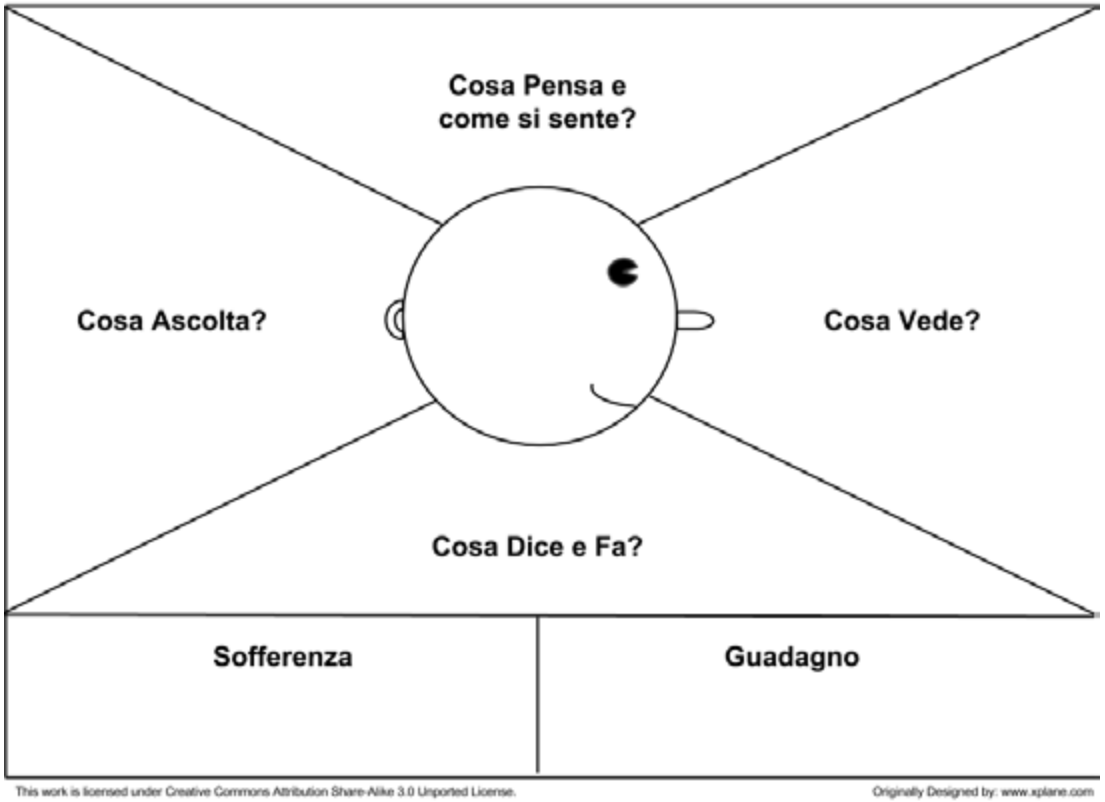
Chi siamo? Dove si colloca la nostra associazione?
Quali sono i valori e la mission?

Fase 2: GLI OBIETTIVI

Awareness
Lead

Fase 3: TARGET

Mappa dell'Empatia
Scott Matthews di XPlane



Costruzione del Target Personas

PERSONAS*.

Sesso: Donna
Età: 45 anni
Stato Civile: Single
Occupazione: titolare di una palestra
Abitazione: Recanati
Profilo personale: diplomata Isef apre una Palestra con l'obiettivo primario il benessere, in tutte le sue forme per curare sia gli aspetti fisici,emotivi e psicologici delle persone. Acquista mensilmente riviste di Salute e Benessere, Riviste di Cucina. Utilizza internet (Social Network, Blog, Forum..) per mantenersi aggiornata e per svago.
Obiettivi: ha bisogno di un canale di riferimento affidabile, con il quale potersi confrontare, dove poter esprimere la propria opinione e mettere in risalto la propria esperienza. E', inoltre, alla ricerca di novità dalle quali poter trarre ispirazione.

*Personaggio fittizio costruito per rappresentare i bisogni di una vasta gamma di utenti reali.

PERSONAS*.

Sesso: Uomo
Età: 38 anni
Stato Civile: Sposato
Occupazione: Promoter finanziario
Abitazione: Fano
Profilo personale: diplomato al Liceo Scientifico e Laureato in Economia Bancaria a Macerata. È una persona dinamica e sogna di aprire uno sportello di consulenza no profit nel suo comune. È inoltre, uno sportivo: corre, va in piscina e in bicicletta abitualmente, Pratica triathlon a livello dilettantistico.
Obiettivi: vuole essere informato sulle iniziative della sua regione e partecipare attivamente. Per questo motivo è particolarmente attivo sul Web che oggigiorno gli permette di essere costantemente aggiornato e dare avvio a nuovi esperienze e relazioni.

*Personaggio fittizio costruito per rappresentare i bisogni di una vasta gamma di utenti reali.

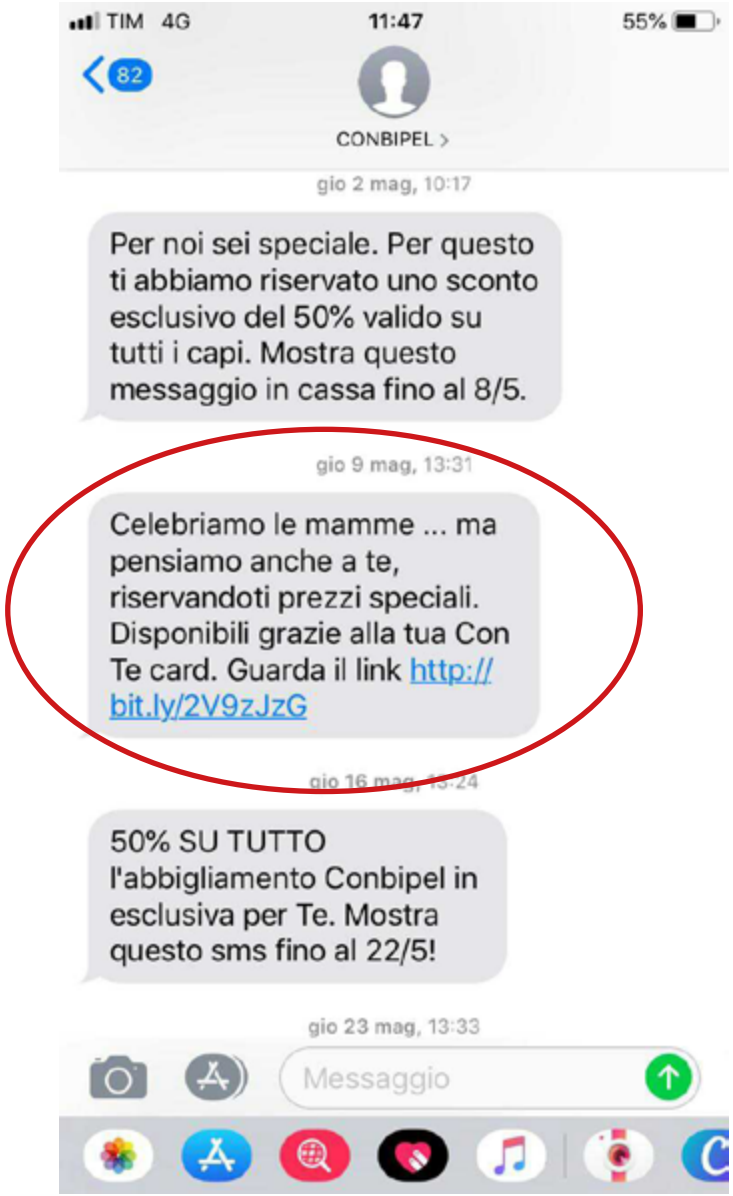
Fase 4: CONTENT STRATEGY

Quali contenuti scegliere

Diversificarli in base alle Personas

Come Comunicarli:

– La Lunghezza del testo
– Lo Stile del testo
– Le immagini
– Tone Of Voice
– VIRTUALE è REALE


TIM 4G
11:47
55%
82
CONBIPEL
gio 2 mag, 10:17
Per noi sei speciale. Per questo ti abbiamo riservato uno sconto esclusivo del 50% valido su tutti i capi. Mostra questo messaggio in cassa fino al 8/5.
gio 9 mag, 13:31
Celebriamo le mamme ... ma pensiamo anche a te, riservandoti prezzi speciali. Disponibili grazie alla tua Con Te card. Guarda il link http://bit.ly/2V9zJzG
gio 16 mag, 13:24
50% SU TUTTO l'abbigliamento Conbipel in esclusiva per Te. Mostra questo sms fino al 22/5!
gio 23 mag, 13:33
Messaggio

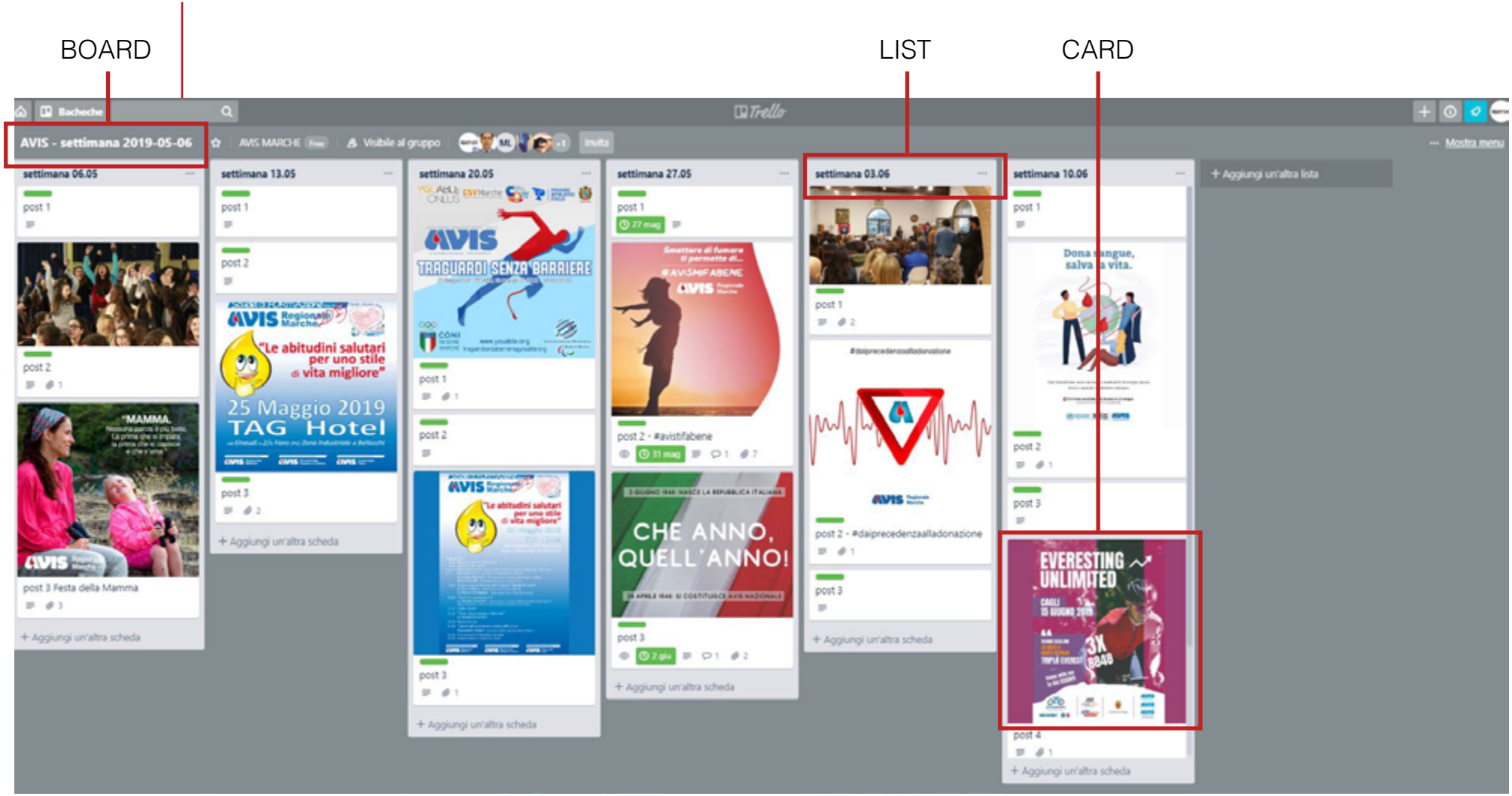
-->Il Manifesto della comunicazione non ostile
https://www.avis.it/2018/11/23/avis-sottoscrive-il-manifesto-della-comunicazione-non-ostile/

CREARE IL PIANO EDITORIALE
ti serve per:

ti serve per

- comunicare alle varie Personas del tuo target
- Tenere traccia delle pubblicazioni passate
- Gestire i contenuti futuri
- Lavorare organizzati e non all'ultimo minuto
- Tenere la rotta degli obiettivi

TRELLO: STAY ORGANIZED



STRUMENTI CONSIGLIATI

- Per organizzate TRELLO: https://trello.com/
- Per creare contenuti grafici CANVA:

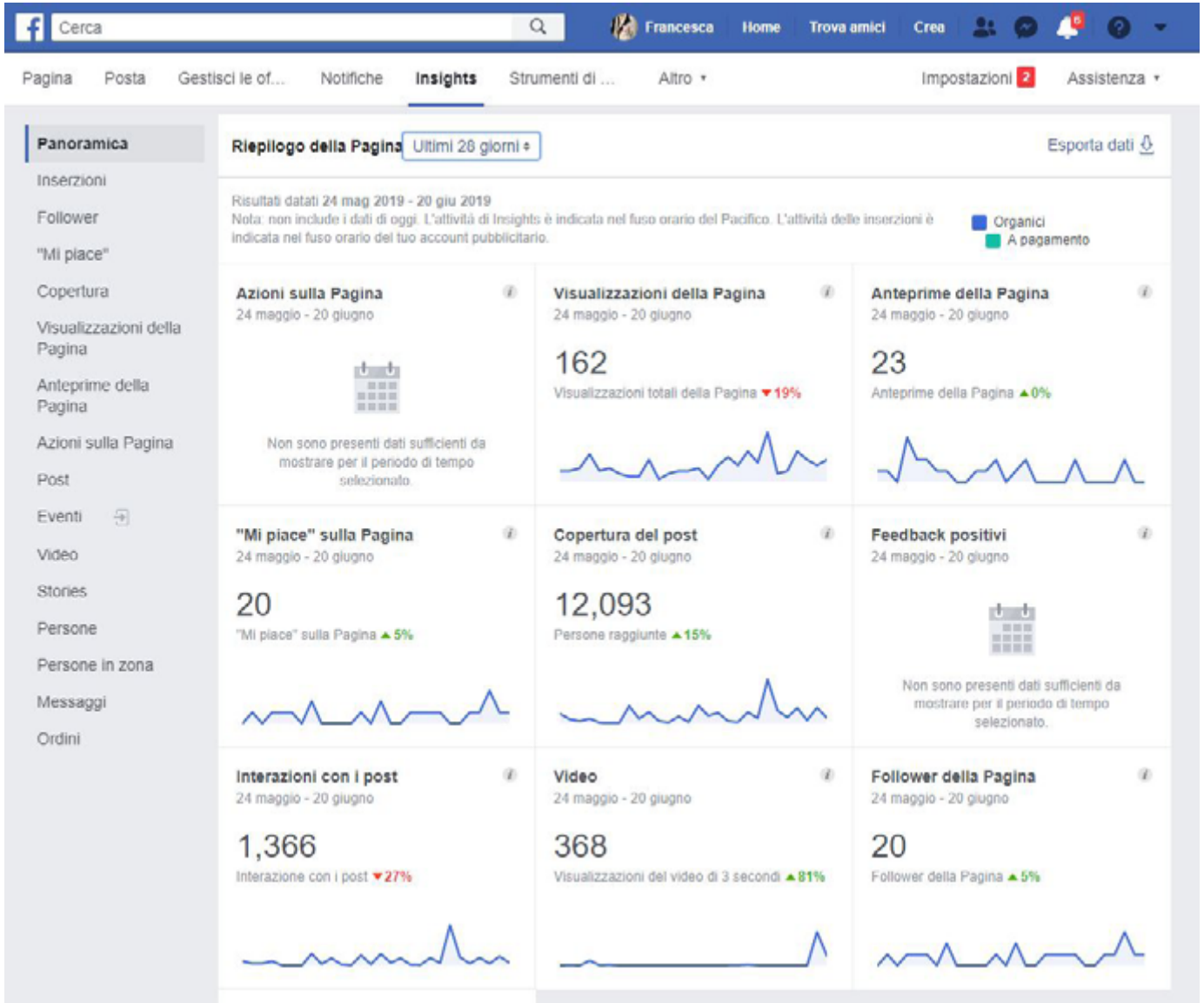
Strumento di creazione immagini per il web molto semplice. Presenta molte grafiche di default da utilizzare e altri strumenti gratis dando la possibilità di caricare le proprie immagini e aggiungere del testo.
https://www.canva.com/

- Per creare contenti testuali – la tua Originalità

MISURARE E ANALIZZARE I DATI

Come?

- INSIGHT DI FACEBOOK
- HOOTSUITE
- KEYHOLE
- WHATAGRAPH


Cerca
Francesca
Home
Trova amici
Crea
Pagina
Posta
Gestisci le of...
Notifiche
Insights
Strumenti di ...
Altro
Impostazioni
Assistenza
Panoramica
Inserzioni
Follower
"Mi piace"
Copertura
Visualizzazioni della Pagina
Anteprime della Pagina
Azioni sulla Pagina
Post
Eventi
Video
Stories
Persone
Persone in zona
Messaggi
Ordini
Riepilogo della Pagina
Ultimi 28 giorni
Esporta dati
Risultati datati 24 mag 2019 - 20 giu 2019
Nota: non include i dati di oggi. L'attività di Insights è indicata nel fuso orario del Pacifico. L'attività delle inserzioni è indicata nel fuso orario del tuo account pubblicitario.
Organici
A pagamento
Azioni sulla Pagina
24 maggio - 20 giugno
Non sono presenti dati sufficienti da mostrare per il periodo di tempo selezionato.
Visualizzazioni della Pagina
24 maggio - 20 giugno
162
Visualizzazioni totali della Pagina ▼19%
Anteprime della Pagina
24 maggio - 20 giugno
23
Anteprime della Pagina ▲0%
"Mi piace" sulla Pagina
24 maggio - 20 giugno
20
"Mi piace" sulla Pagina ▲5%
Copertura del post
24 maggio - 20 giugno
12,093
Persone raggiunte ▲15%
Feedback positivi
24 maggio - 20 giugno
Non sono presenti dati sufficienti da mostrare per il periodo di tempo selezionato.
Interazioni con i post
24 maggio - 20 giugno
1,366
Interazione con i post ▼27%
Video
24 maggio - 20 giugno
368
Visualizzazioni del video di 3 secondi ▲81%
Follower della Pagina
24 maggio - 20 giugno
20
Follower della Pagina ▲5%

BRAND REPUTATION e GESTIONE DEI CONTENTUTI

È la considerazione di cui un brand, un'associazione, un gruppo gode in virtù della sua capacità di soddisfare le aspettative del pubblico nel corso del tempo.

Come migliorare o mantenere la nostra brand reputation?

- Sviluppa ottimi contenuti
- Gestisci I casi di crisi tempestivamente
- Parla con il pubblico

EFFETTO TINELLO

- Parliamo in pubblico
- Parliamo a nome di AVIS

Consigli di lettura

Vera Gheno e Bruno Mastroianni «Tienilo acceso», Longanesi

TONE OF VOICE

- La voce rappresenta la personalità e i valori dell'azienda e dell'associazione: deve essere coerente sempre a prescindere dal canale o dallo strumento utilizzato.

Si parla CON la vostra fanbase e NON PER la vostra fanbase.

TONE OF VOICE

- È il modo con cui confezioniamo I nostri testi, la somma di tutte le scelte linguistiche, semantiche e stilistiche che facciamo, parola dopo parola.

--> AVIS: TONO DI VOCE CALDO

Consigli di lettura

Valentina Falcinelli «Testi che parlano» Franco Casati Editore

“NESSUNO VEDE I MIEI POST”

Cosa è successo?
Cosa fare?

INTERAZIONE CON I POST

È importante perché:

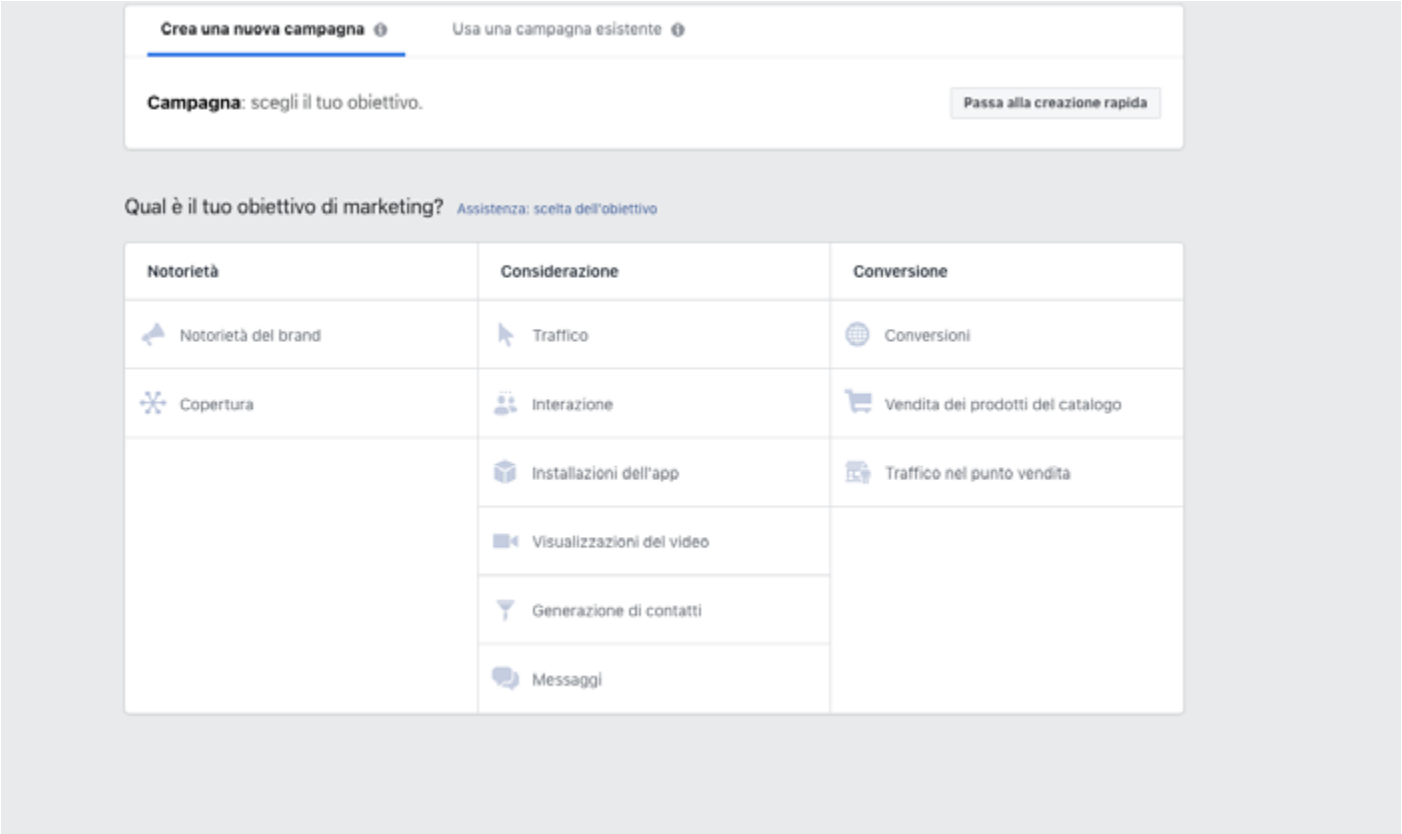
- Mantenere alta la reach organica
- Avere fan attivi e coinvolti

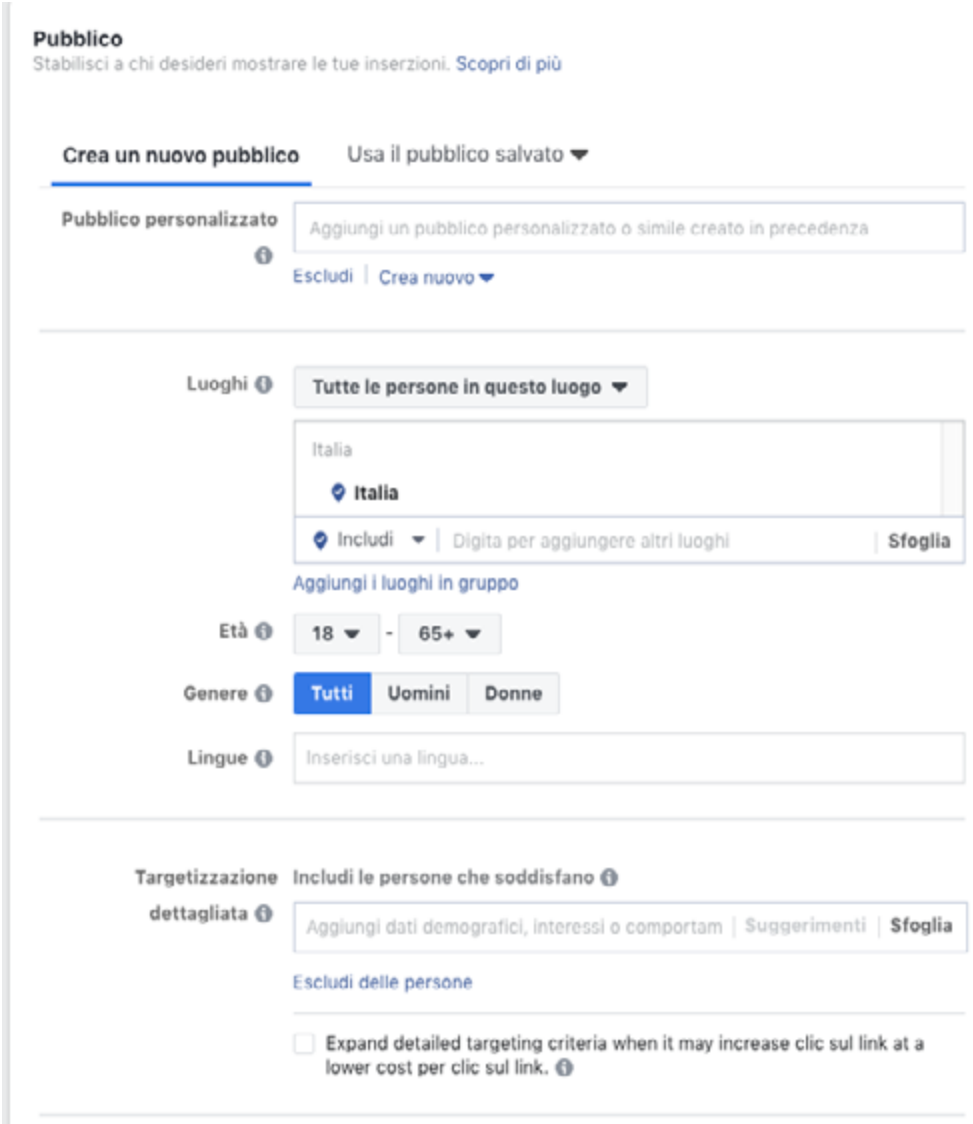
ADVERTISING

Come fare?
Facebook Business Manager

CONCETTI PRINCIPALI

- Campagna
- Gruppo Inserzioni
- Inserzione


Crea una nuova campagna
Usa una campagna esistente
Campagna: scegli il tuo obiettivo.
Passa alla creazione rapida
Qual è il tuo obiettivo di marketing?
Assistenza: scelta dell'obiettivo
Notorietà
Considerazione
Conversione
Notorietà del brand
Copertura
Traffico
Interazione
Installazioni dell'app
Visualizzazioni del video
Generazione di contatti
Messaggi
Conversioni
Vendita dei prodotti del catalogo
Traffico nel punto vendita


Pubblico
Stabilisci a chi desideri mostrare le tue inserzioni. Scopri di più
Crea un nuovo pubblico
Usa il pubblico salvato
Pubblico personalizzato
Aggiungi un pubblico personalizzato o simile creato in precedenza
Escludi
Crea nuovo
Luoghi
Tutte le persone in questo luogo
Italia
Italia
Includi
Digita per aggiungere altri luoghi
Sfoglia
Aggiungi i luoghi in gruppo
Età
18
65+
Genere
Tutti
Uomini
Donne
Lingue
Inserisci una lingua...
Targetizzazione dettagliata
Includi le persone che soddisfano
Aggiungi dati demografici, interessi o comportam
Suggerimenti
Sfoglia
Escludi delle persone
Expand detailed targeting criteria when it may increase clic sul link at a lower cost per clic sul link.

ENGAGEMENT (COINVOLGIMENTO)

È il grado di coinvolgimento che un determinato contenuto suscita. Ogni social network ha le sue metriche di engagement, e non tutte sono “manifeste”, ma vanno rilevate con opportuni strumenti di monitoraggio: ad esempio, gli indicatori di engagement più visibili su Facebook sono i “Mi Piace”, i “Commenti” e le “Condivisioni”, ma è altrettanto importante anche vedere il numero di clic che sono stati fatti su foto e link per capire il reale interesse delle persone (tramite Insights).

FACEBOOK

È un servizio di rete sociale basato su una piattaforma software scritta con vari linguaggi. Ti permette di scoprire cosa stanno facendo i tuoi amici, puoi condividere tue immagini video e ciò che stai facendo in qualsiasi momento.

FANPAGE

Aiutano le aziende, le organizzazioni e i marchi a condividere le proprie notizie e a connettersi con le persone.

FOLLOWER

Sono gli utenti che ci seguono, guardano le nostre immagini leggono i nostri messaggi perché ci ritengono interessanti oppure sono nostre conoscenze.

INSIGHTS FACEBOOK

È la dashboard delle statistiche di Facebook. Ti consente di entrare in contatto con i tuoi fans e analizzare in modo approfondito queste interazioni. Ti permette di vedere in che modo gli utenti interagiscono con la tua pagina.

KEY PERFORMANCE INDICATOR (KPI)

Serve a spiegare come un'organizzazione riesce a migliorare verso il raggiungimento dei propri obiettivi di business e marketing. Ciò significa che a secondo dell'azienda la key performance può variare per la diversità di obiettivi che ogni società si prefigge.

LEAD

È un contatto, un potenziale cliente, generato da un’attività di inbound marketing.

REACH (PORTATA)

Sono il numero di utenti che riesci a raggiungere e che quindi hanno visualizzato i contenuti che hai pubblicato.

SEO

È l’acronimo di Search Engine Optimization, un’attività che comprende tutte quelle tecniche utilizzate per migliorare il posizionamento di una determinata pagina web sui motori di ricerca.

TARGET

Rappresenta le persone che sono potenzialmente interessate a ciò che la tua associazione vuole offrire e quindi vuoi intercettare. Nessuna strategia di comunicazione che si rispetti prescinde dall'individuazione del target (in genere più di uno), che ti serve a calibrare il tipo di tono, messaggi e offerte proprio in base a età, sesso, bisogni, interessi, capacità economica e altre specifiche proprio per il tipo di persone che vuoi raggiungere e coinvolgere.

TONE OF VOICE

Il tono di comunicazione, importante da definire per far trasparire in modo coerente e credibile la personalità dell'associazione.