

Cittadini 100% digitali

Alessandro Gabriele

COSA SONO I SOCIAL NETWORK



SOCIAL NETWORK = RETI SOCIALI

Sono piattaforme digitali che abilitano la creazione di reti sociali all'interno del web

favoriscono la creazione dei legami tra gli utenti
cambiano il modo di condividere informazioni e contenuti



COSA SONO I SOCIAL NETWORK



SOCIAL NETWORK = RETI SOCIALI

Relazione: dalla «comunicazione» alla «relazione con»

Partecipazione: dalla ricezione passiva di informazioni da parte degli utenti alla loro partecipazione attiva nella costruzione e distribuzione dei contenuti

Orizzontalità: Dalla verticalità alla orizzontalità degli strumenti di comunicazione a disposizione non solo delle organizzazioni ma anche degli utenti

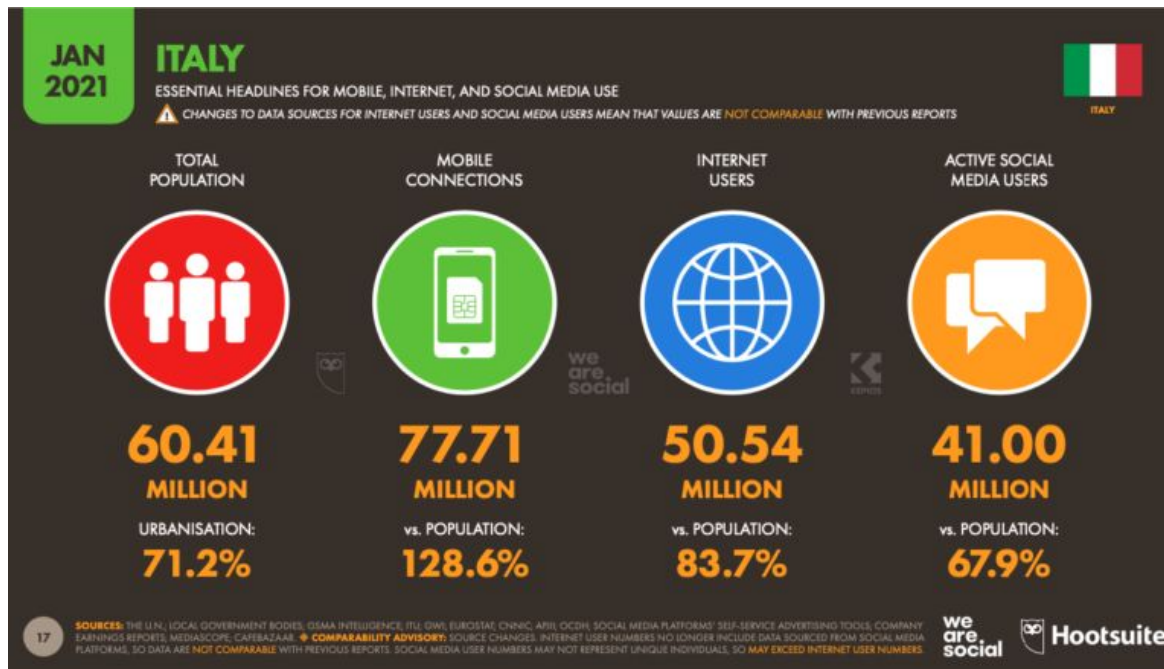


COSA SONO I SOCIAL NETWORK

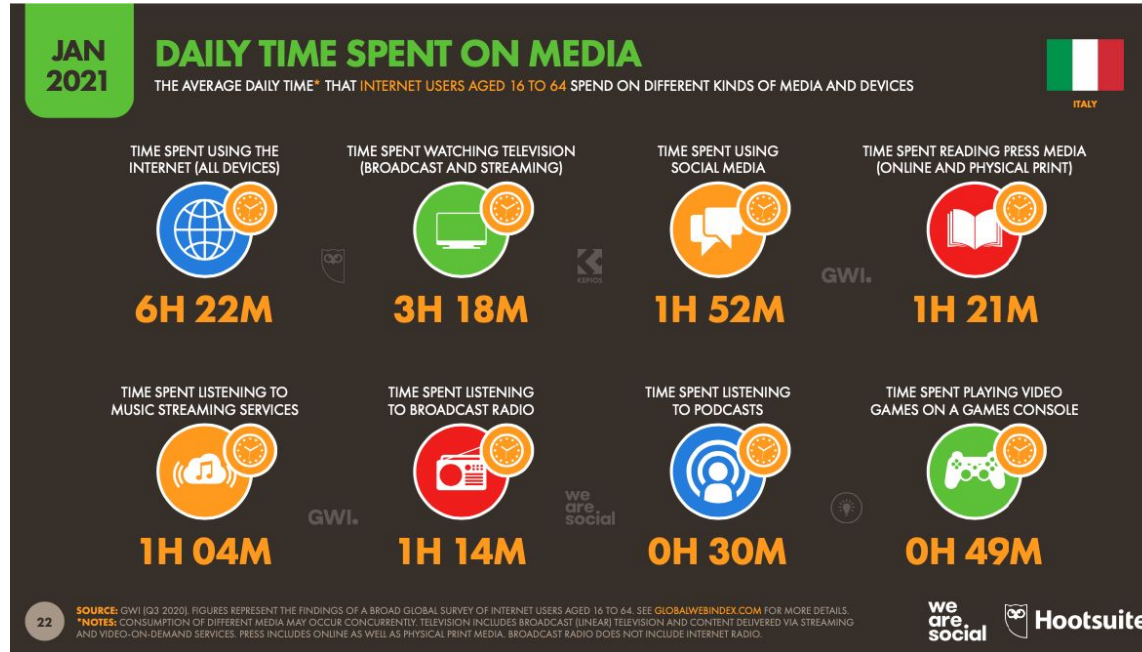


REPORT DIGITALE ITALIA 2021

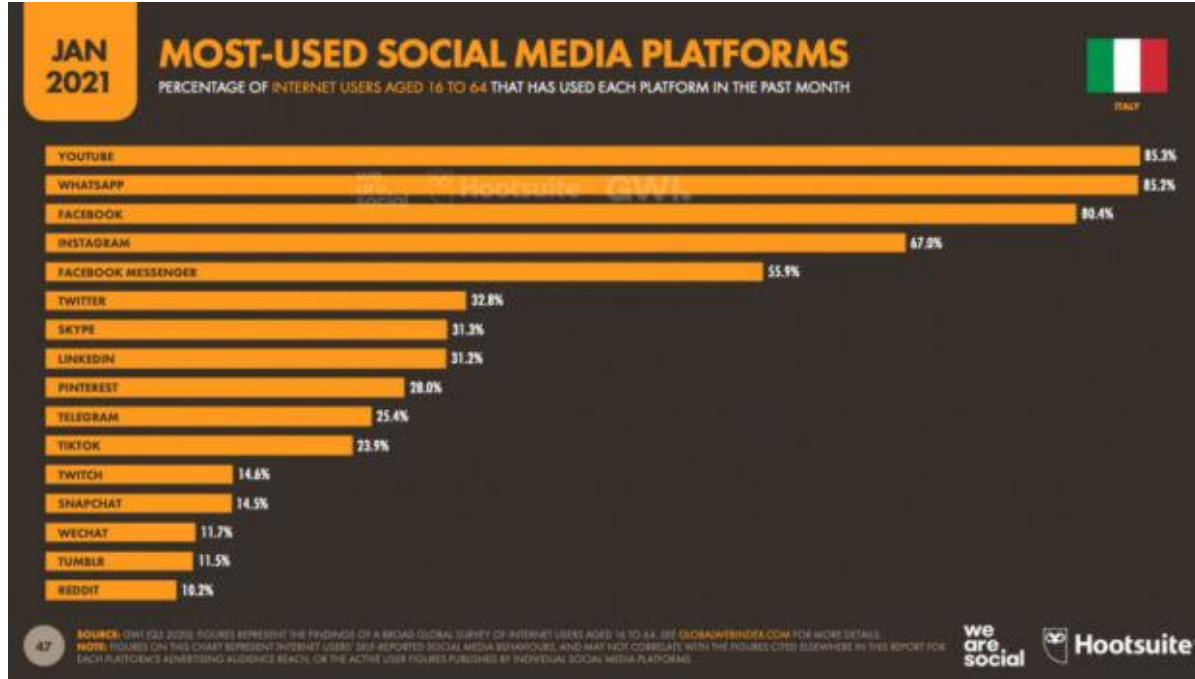
REPORT DIGITALE ITALIA 2021 [\(Digital Italia 2021\)](#)



REPORT DIGITALE ITALIA 2021



REPORT DIGITALE ITALIA 2021



TWITTER

TWITTER

Nato nel marzo del 2006 come servizio di microblogging. Fornisce agli utenti una pagina personale aggiornabile con messaggi di testo brevi (tweet) della lunghezza massima di 280 caratteri.

Viene usato sempre di più per attività di pubbliche relazioni e ufficio stampa. Politici, sportivi, personaggi pubblici rilasciano dichiarazioni, commenti, lanciano iniziative da questa piattaforma. Si tratta di messaggi diretti che arrivano agli utenti senza la mediazione degli organi di informazione.

Con Twitter è cambiato anche il modo di fruire di media tradizionali. Si pensi ai programmi televisivi, questo social viene spesso usato come strumento di commento e di coinvolgimento del pubblico da casa (es. Sanremo, Propaganda Live).



TWITTER



Home

Esplora

Notifiche

Messaggi

Segnalibri

Liste

Profilo

Altro

Twitta

Joe Biden

7,108 Tweet

Segui

Tweet Tweet e risposte Contenuti Mi piace

Joe Biden @JoeBiden · 16h
My number one priority is getting people vaccinated as quickly as we can to get our country back on track.



Cerca su Twitter

Elon Musk @elonmusk

Segui

Mostra altro

Tendenze - Bologna

- 1 · Politica e governo · Di tendenza
#crisidigoverno
Di tendenza con [#crisi_NO_grazie](#)
- 2 · Intrattenimento generale · Di tendenza
Avengers 5
1.788 Tweet
- 3 · Di tendenza
#penadimorte
- 4 · Politica e governo · Di tendenza
#13gennaio
5.847 Tweet
- 5 · Di tendenza
#twittamibeaufut

Amnesty Italia

32.230 Tweet

Following

Cerca su Twitter

Report @reportrai3

Mostra altro

Tendenze - Bologna

- 1 · Di tendenza
#ItaliaSpagna
55.500 Tweet
- 2 · Di tendenza
#uominiedonne
5.900 Tweet
- 3 · Politica e governo · Di tendenza
#Tottobre
7.466 Tweet
- 4 · Sport · Di tendenza
Donnarumma

Calcio

Seguito da Mediterranean Saving Humans, Welcoming Bologna e altri 113 che segui


Tweet Tweet e risposte Contenuti Mi piace

Tweet fissato

Amnesty Italia @amnestyitalia · 27 mag

60 anni fa nasceva Amnesty, una rete di persone come te, che lottano per i diritti di persone come te, con l'aiuto di persone come te. Grazie alle tue firme, donazioni e mobilitazioni abbiamo ridato libertà e dignità a oltre 50.000 persone. Ricorda. È merito tuo.

[#AmnestyIsYou](#)



1:04 | 5.199 visualizzazioni

14 115 248

LINKEDIN

LINKEDIN

È impiegato principalmente per lo sviluppo di contatti di lavoro e professionali.
Consente alle imprese di fare attività di *recruiting*.

Nell'account personale è fondamentale inserire l'istruzione, la carriera lavorativa, le competenze e le skill personali.

Gli aggiornamenti condivisi riguardano ambiti di lavoro, di studio e di interesse.
Contenuti legati sempre al mondo professionale e delle imprese.



LINKEDIN

in

Cerca

Home

Rete

Lavoro

Messaggistica

Notifiche

Tu

Lavoro

Pubblicizza

Recenti

Un'ora di confronto con gli im...

ONG e Cooperazione Internazi...

marketingdigitale

socialmedia

digitalmarketing

Gruppi

ONG e Cooperazione Internazi...

Social Media Marketing Italiano

Cohousing Community

Visualizza altro

Eventi

Un'ora di confronto con gli im...

Vedi tutti

Hashtag seguiti

marketingdigitale

socialmedia

digitalmarketing

Visualizza altro

Scopri di più

Scrivi tu il primo commento

Consigliato da Janice Diamantino Caribé

Save the Children Italia

28.198 follower

15 • Modificato •

We are the future

È questo il forte messaggio emerso lunedì dall'incontro online tra bambini - attivisti/e da tutto il mondo - istituzioni e attori civili che hanno ascoltato le istanze dei più giovani per il contrasto alla crisi climatica.

Questa sintesi grafica restituisce ciò che è stato "Children and Youth Voices on Climate Crisis".

consapevolezza

partecipazione giovanile

monitoraggio

riciclo

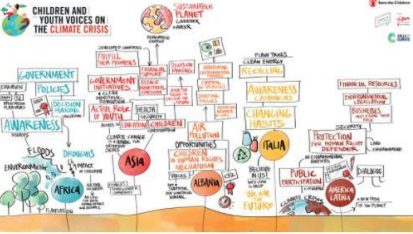
dialogo

Sono solo alcuni dei concetti chiave elaborati dai giovani attivisti durante il dialogo intergenerazionale cui hanno partecipato lunedì scorso.

Se hai perso la diretta, rivedila sulla nostra pagina Facebook


<https://bit.ly/3iIMuXb>

#All4ClimateItaly2021 #savethefuture #PreCop26ITA #Youth4Climate



Annuncio

Bring your professional community together & drive meaningful outcomes



LinkedIn Virtual Events solutions

Learn More

Informazioni Accessibilità

Centro assistenza Privacy e condizioni

Opzioni per gli annunci pubblicitari

Pubblicità Servizi alle aziende

Scarica l'app LinkedIn Altro

LinkedIn LinkedIn Corporation © 2021

LinkedIn

Ottieni il massimo dalla tua vita professionale

Email

Password (almeno 6 caratteri)

Cliccando su "Accetta e iscriviti", accetti il [Contratto di licenza](#), l'[Informativa sulla privacy](#) e l'[Informativa sui cookie](#) di LinkedIn.

Accetta e iscriviti

Sei già iscritto a LinkedIn? [Accedi](#)

14

INSTAGRAM

INSTAGRAM

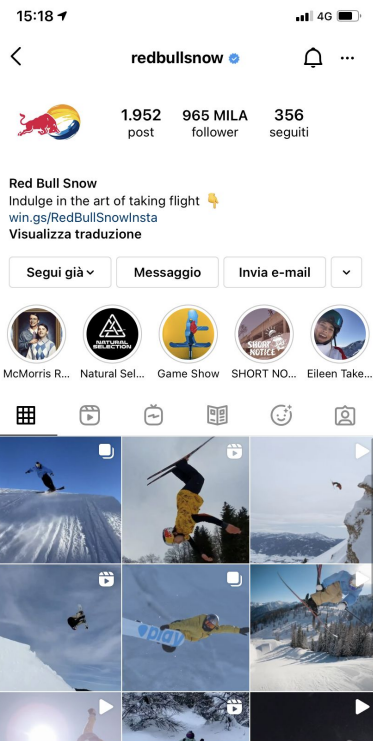
Il 16 luglio 2010, alle 15.58, il ventisettenne Kevin Systrom posta la sua prima foto su Instagram.

Il nome viene costruito attraverso l'unione di due parole inglesi: *instant* e *telegram*. La traduzione letterale italiana *potrebbe essere* «*telegramma istantaneo*».

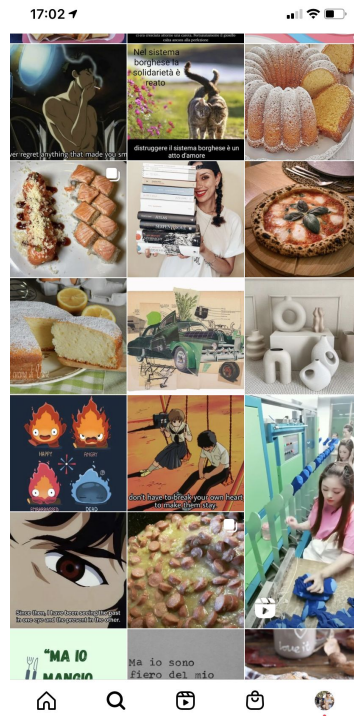
Rende l'idea del riferimento temporale, l'istantaneità e l'immediatezza, con il contenuto di informazioni. Il successo di Instagram è stato esplosivo, nel 2012 acquisita da Facebook.

Puoi creare profili diversi: **utente base, creator, business**





INSTAGRAM



FACEBOOK

FACEBOOK

È il più famoso social network, creato nel febbraio del 2004 da Mark Zuckerberg per connettere la comunità universitaria di Harvard, negli Stati Uniti.

Nato con l'idea di condividere foto e contenuti con la propria rete di contatti, presto si è aperta anche a scopi commerciali con la possibilità di creare pagine e profili manager. Oggi sono circa 2.8 miliardi gli utenti attivi su Facebook in tutto il mondo.



PERSONAL BRANDING

Personal Branding, rappresentato da quell'insieme di contenuti che pubblici online e che raccontano chi sei e cosa fai nella vita

→ **l'immagine che ognuno di noi si costruisce in rete**

Controllare attentamente il **livello di privacy degli account** (chi può vedere cosa).

Hai mai googlato il tuo nome?

Cosa fare? Digitando il nostro nome sul web possiamo cancellare vecchi account ed eliminare contenuti passati che potrebbero rovinare la reputazione



PERSONAL BRANDING

Cosa non fare!

Trascurare i profili: non presidiarli

Filtrare i contenuti: ciò che si pubblica sul web rimane online per molto tempo. Evitiamo contenuti inopportuni.

Trascurare le impostazioni sulla privacy: lasciamo pubbliche solo informazioni e contenuti necessari

Usare un linguaggio volgare: anche con la privacy alta è possibile che un post venga letto da chi non vorremmo, rovinando la reputazione



In particolare per il non profit

Perché comunicare?

- ampliare la conoscenza della nostra organizzazione (brand awareness). Non solo il chi siamo, ma anche cosa facciamo e perché lo facciamo (purpose dell'organizzazione), contribuire a creare una buona immagine, contribuire ad aumentare l'influenza, a rafforzare il prestigio, a costruire un'immagine positiva dell'organizzazione e a consolidarla nel tempo, a costruire una reputazione
- Fidelizzare la nostra community
- Attività di fundraising



Per cominciare

Per comunicare bisogna:

- avere un'idea chiara di chi si è
- identificare un messaggio univoco su cui lavorare e da diffondere.
- Avere una sola voce che parla all'esterno e invece, spesso, le anime delle associazioni sono diverse, le voci sono tante, si sovrappongono e si scontrano, creando caos e una comunicazione non efficace



In particolare per il non profit

I contenuti che pubblichiamo devono coinvolgere la nostra community

- Raccontiamo storie, creiamo contenuti di valore, siamo onesti
- Funzionano meglio quando integrano video, testo e immagini.
- Le emoji: servono a catturare l'attenzione di chi legge, rendono il nostro post più chiaro e "leggero", ma Less is more!
- Da ricordare: a chi parliamo? Ad ognuno il suo linguaggio



Il linguaggio

Che sia il »vostro«

Il linguaggio significa scelta:

- delle parole,
- delle immagini,
- ma anche scelta del tono, del ritmo, del passo.

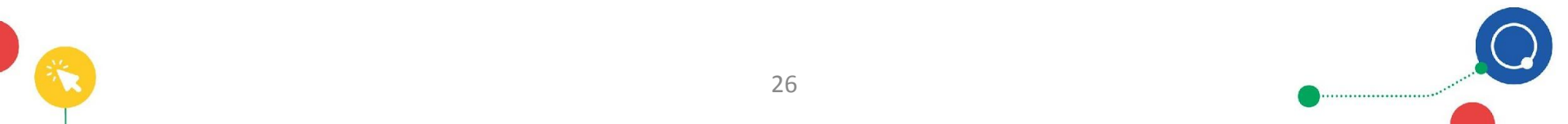


Il fund raising

Condividete costantemente i **risultati** della vostra campagna.

I donatori vogliono sapere come vengono investiti i loro soldi e vogliono sentirsi parte integrante della campagna stessa.

In altri termini, dovete ridurre la **distanza** con loro e farli sentire al centro del progetto.





paneeinternet.it