



Suggerimenti per proteggersi in rete

I social media come strumenti

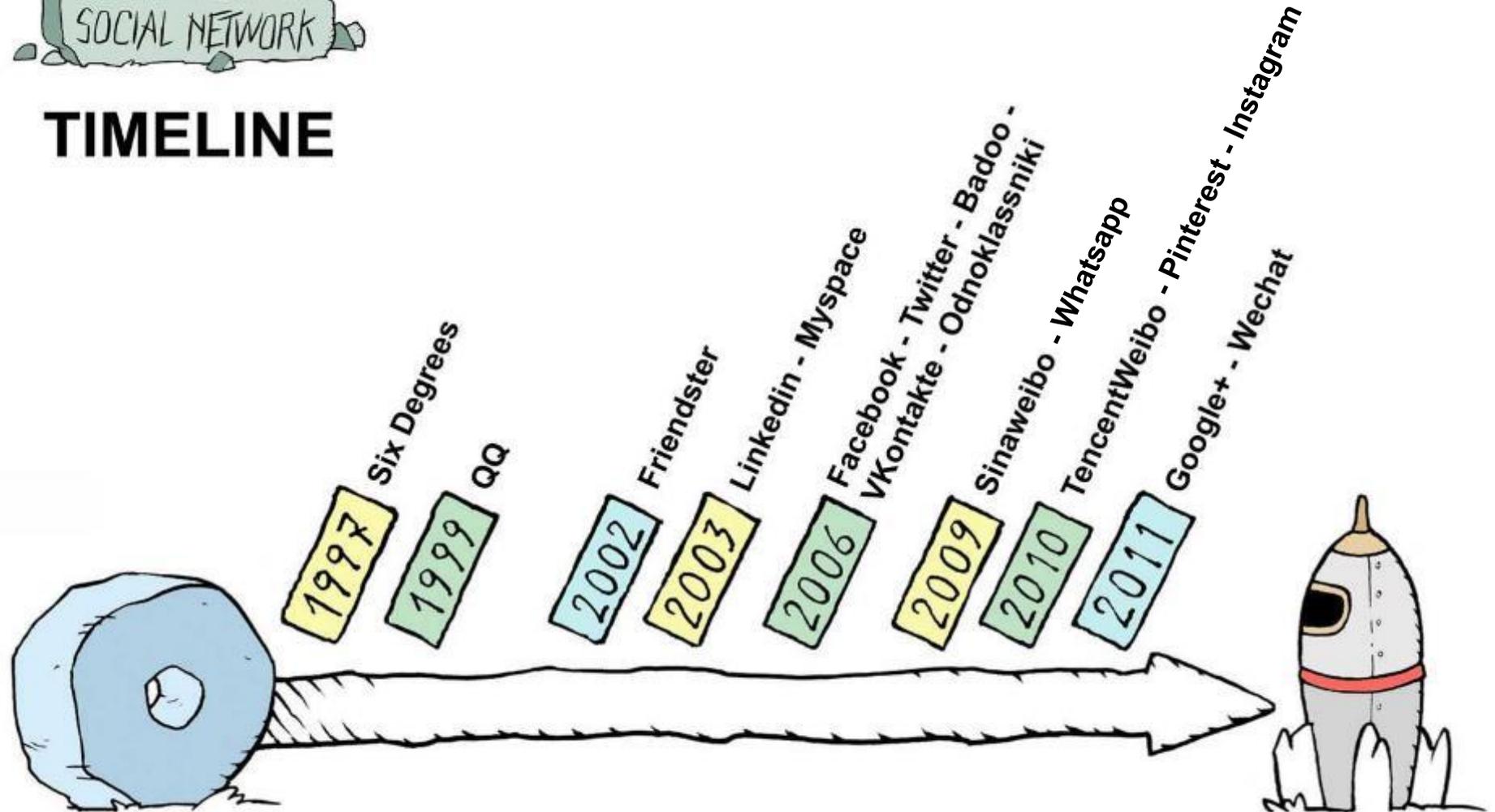
Sara Salvarani

15 dicembre 2016

I social non sono nati ieri...un po' di storia



TIMELINE



Una distinzione fondamentale

- **Social network (SN)**: strumenti che permettono la realizzazione, il mantenimento e l'ampliamento di reti sociali virtuali, dando all'individuo la possibilità, attraverso la creazione di un profilo personale, di effettuare ricerche nel database e trovare altri utenti, organizzarli in liste di contatti e, con loro, condividere testi, immagini, video e audio.

- **Social Content (SC)**: piattaforme dove a esse... sono i contenuti prodotti dagli stessi utenti (immagini, idee e contenuti multimediali).

- **Social Tools (ST)**: strumenti che... efficace gestione delle piattaforme social.



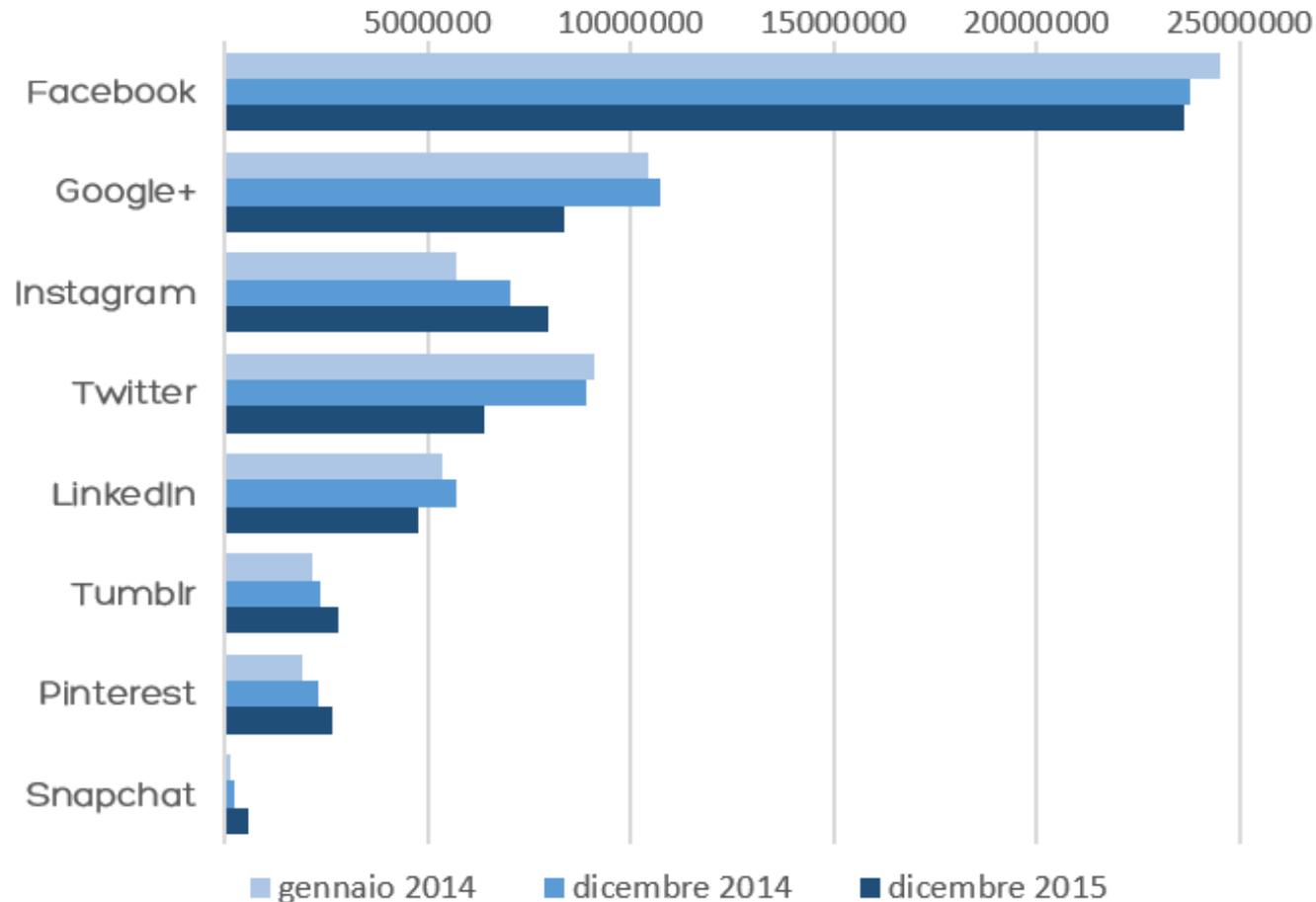
www.gruppolen.it



Un po' di numeri

Social Media in Italia

Total Digital Audience:: da PC 2+ anni, da mobile 18-74 anni



Elaborazione Vincenzo Cosenza su dati "Audiweb powered by Nielsen"

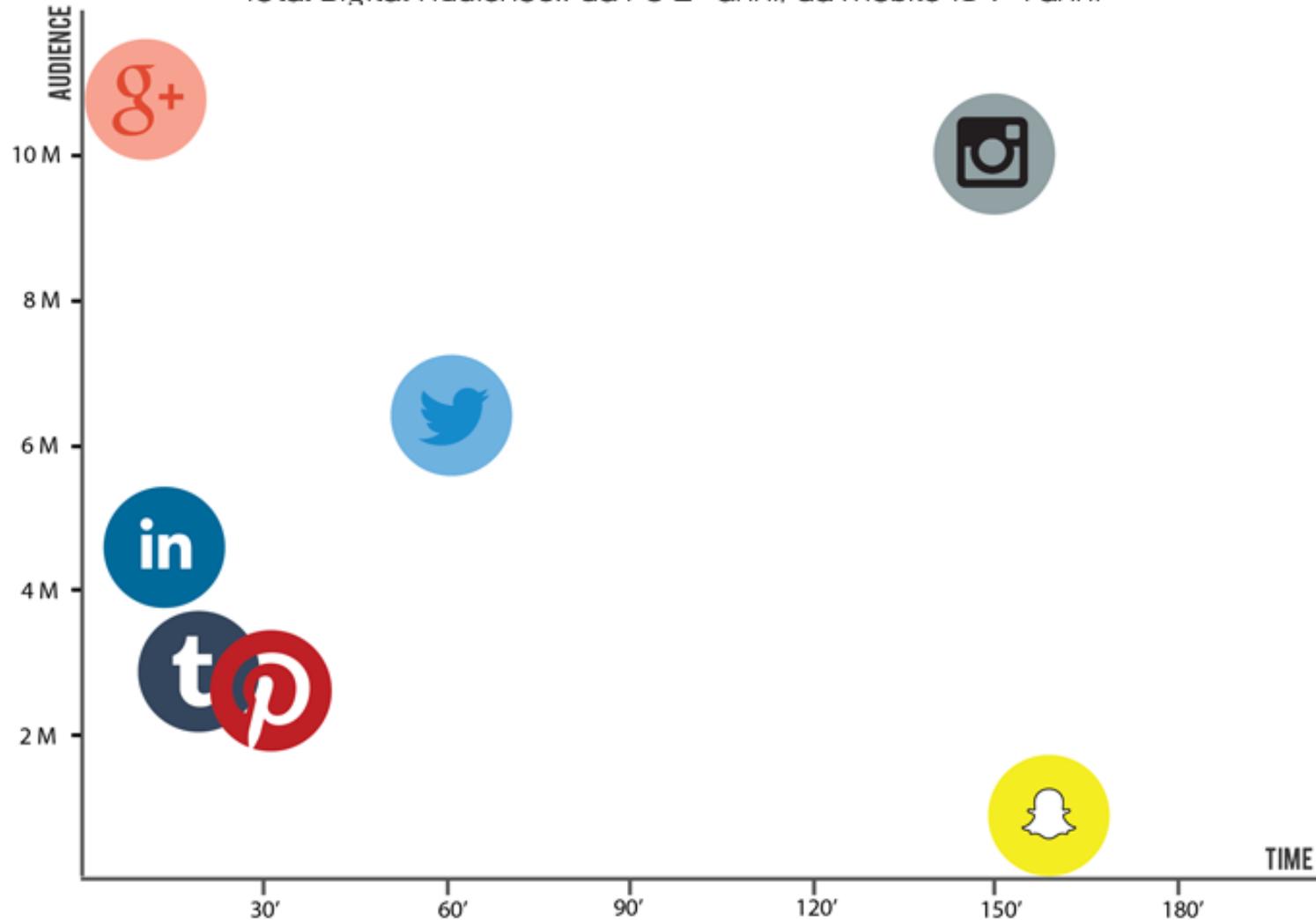


www.gruppolen.it

Fonte: <http://vincos.it/2016/04/01/social-media-in-italia-analisi-dei-flussi-di-utilizzo-del-2015/>

Social Media in Italia - Tempo d'uso

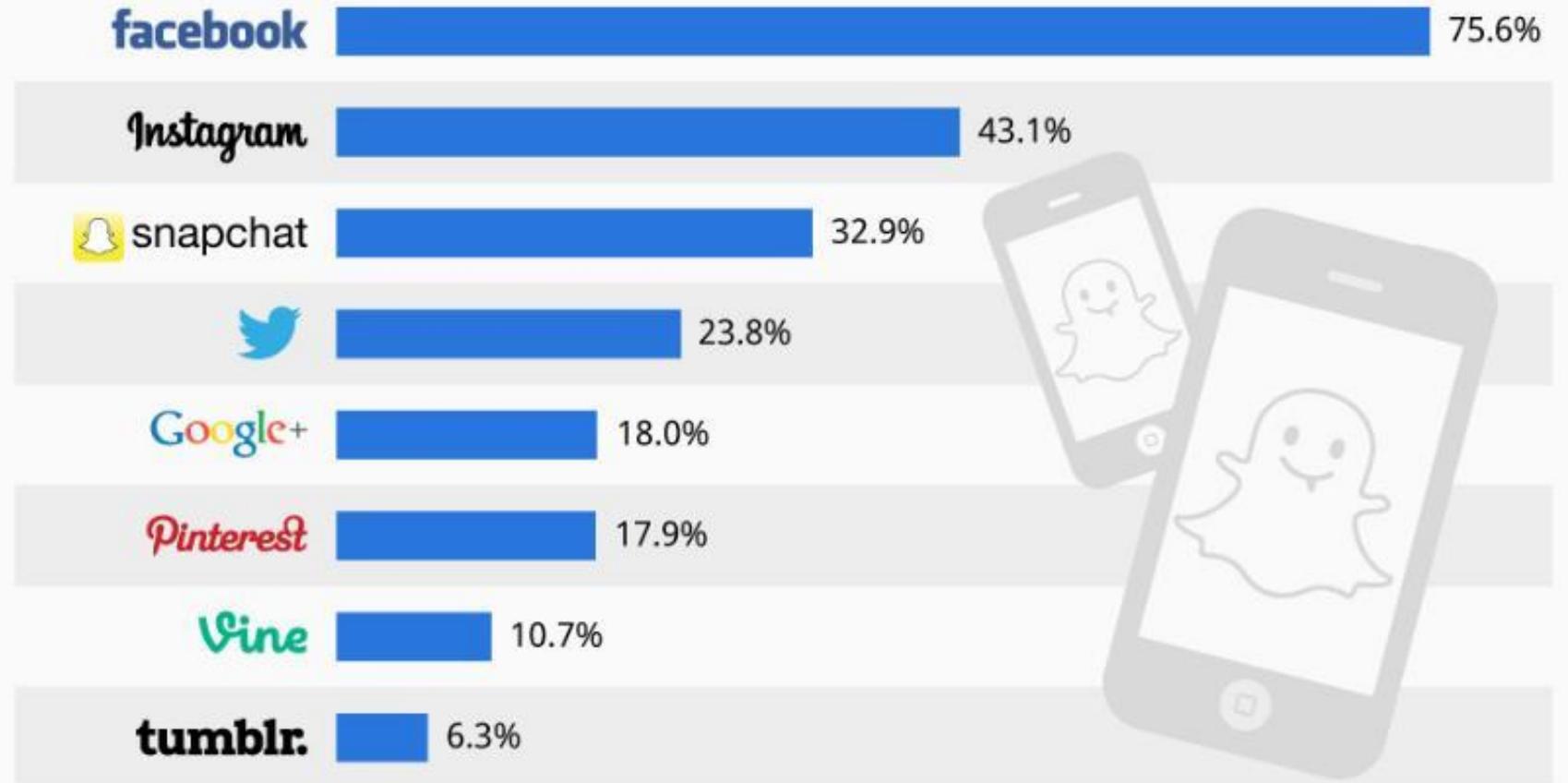
Total Digital Audience:: da PC 2+ anni, da mobile 18-74 anni



Elaborazione Vincenzo Cosenza su dati "Audiweb powered by Nielsen"

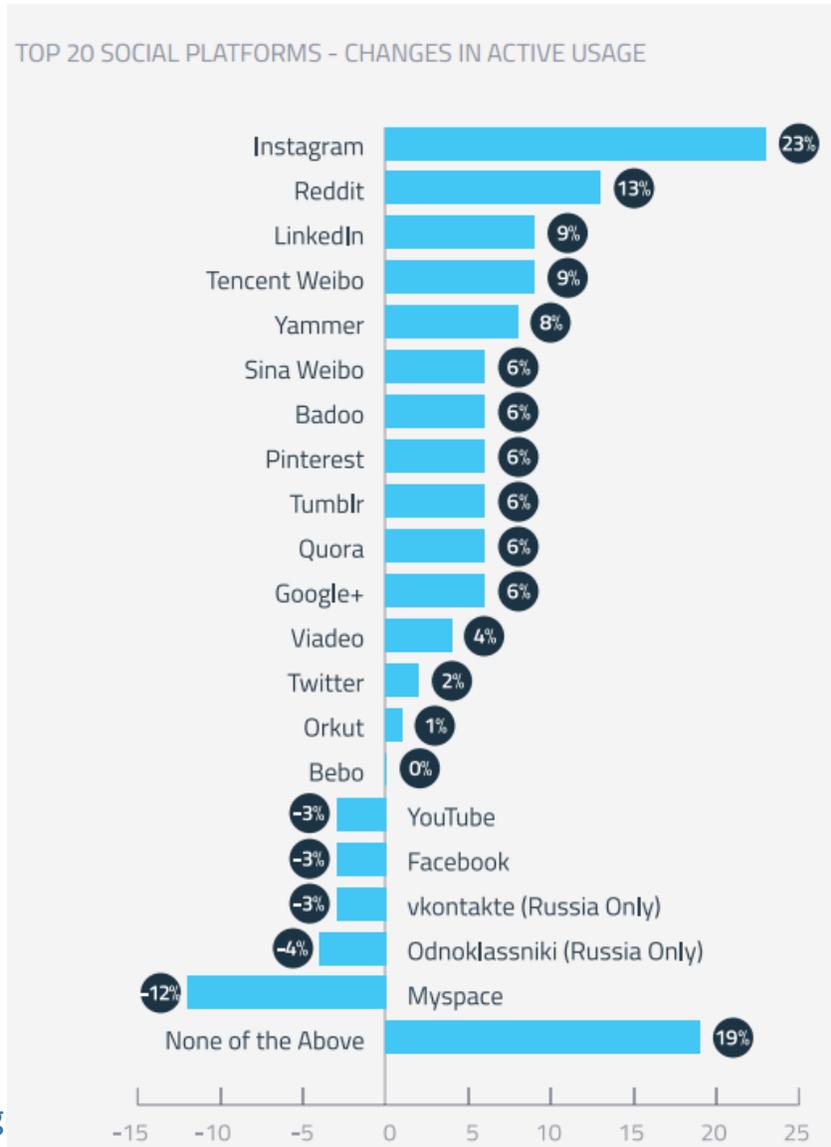
Snapchat More Popular Than Twitter Among Millennials

Most popular social media apps among Americans aged 18-34 (% of smartphone users)



@StatistaCharts Source: comScore Mobile Metrix, June 2014

Diamo i numeri

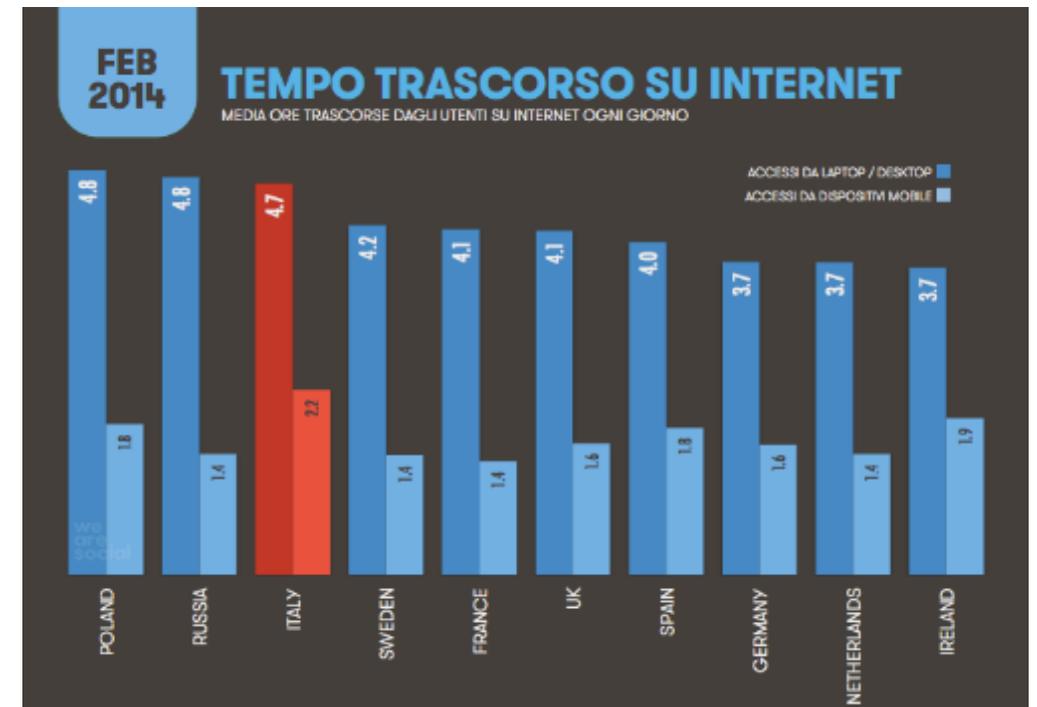
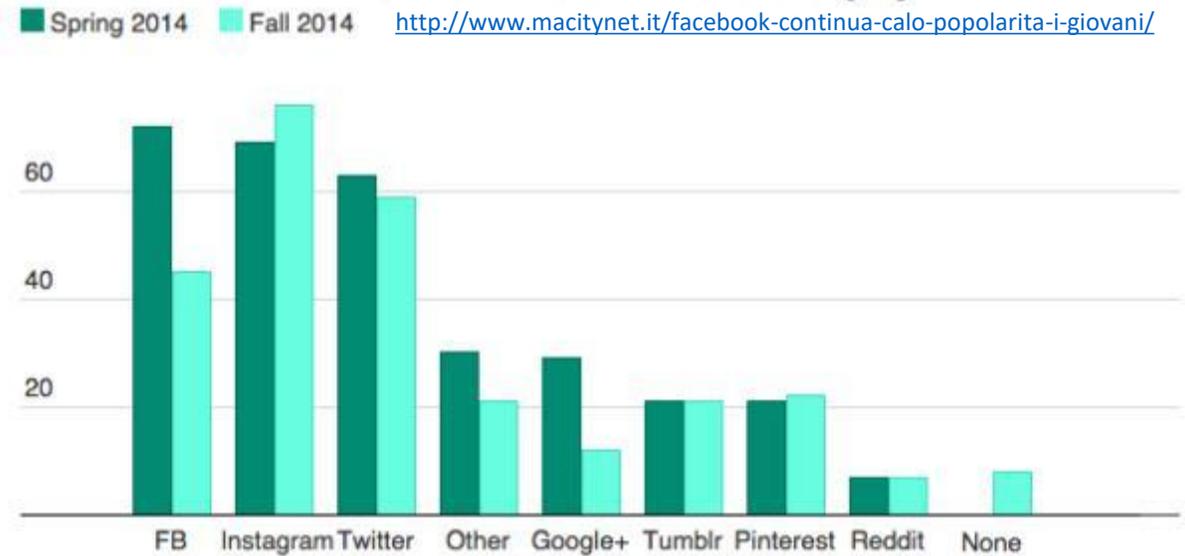


www.g

<http://wearesocial.it/blog/2014/01/giovani-stanno-abbandonando-facebook-uno-studio-di-global-web-index-ci-dice-che-cos/>



What social networks teens use (%)





Come funzionano i vari social



www.gruppolen.it

facebook®



IL BAR

- Friendly
- Personalizzazione privacy
- Reciprocità
- Personale

Per prima cosa: gli amici

FAI DI TE STESSO UN BRAND: PERSONAL BRANDING E REPUTAZIONE ONLINE (WEB BOOK)

facendo il contrario esatto.



Veronica Gentili

15 gennaio

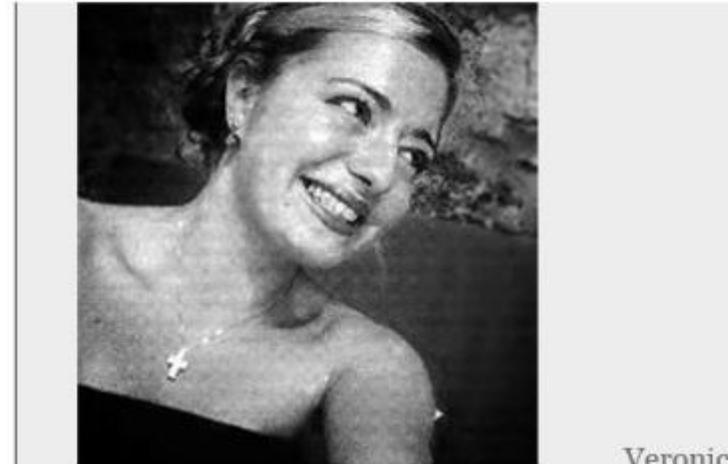
Il massimo torto che puoi fare all'imprenditore in senso generale e all'imprenditore di sé (detto anche Freelance) è questo: fargli perdere tempo. Il bene più prezioso che ha insieme ad esperienza e competenza. Quel tempo che cerca di dilatare ogni giorno perché basti a far tutto, quel tempo che si scervella a ottimizzare e orientare per priorità ogni santissimo giorno che Dio manda sulla terra. E' la peggior offesa che mi puoi fare, soprattutto se so che lo sai che lo stai facendo.

Non mi piace più · Commenta · Condividi

Piace a te, Cecilia Mattioli, Matteo Biarx, Andrea Girardi e altri 42.

Un post di Veronica Gentili su Facebook · ©
[Facebook.com](https://www.facebook.com)

Secondo **VERONICA GENTILI**, esperta di web marketing, il comportamento più giusto da tenere su Facebook è:



Veronica

Gentili

Sapersi raccontare valorizzando le proprie competenze, esperienze e personalità con il giusto equilibrio.

Facebook è un social network e, in quanto tale, è un ambiente che le persone vivono per esprimersi, informarsi e relazionarsi.

Questo social può essere uno spazio di amenità e banalità o una rete che dona quotidianamente spunti di riflessione e relazione di valore: sei tu e solo tu a decidere che volto dargli

Come costruire una community interessante e che ci porti valore aggiunto?

- **Siate selettivi:** non serve accettare tutti in modo indiscriminato. «Amicizia» è una parola importante, diamola a coloro di cui ci fidiamo.

good friends offer advice and words of wisdom, real friends come over unannounced with vodka, chocolate, glitter, duct tape, cat suits, explosives and a plan!



som^{ee}cards
user card



E poi...

- **Fate pulizie periodiche:** se non vi relazionate con qualcuno per sei mesi, difficilmente quella relazione vi porterà del valore aggiunto. Periodicamente ripulite la vostra lista di contatti.
- **Usate le liste:** Facebook vi permette di selezionare le persone a cui volete far leggere ogni singolo post. Imparate a separare personale e professionale.
- **Il tono di voce:** siate positivi, allegri, ma senza scadere nel «cacciarone» o nel volgare. Mixate i contenuti personali e professionali



LA MACCHINETTA DEL CAFFÈ

- Informativo
- Aperto
- Sintetico
- Non reciproco

twitter



Information Network

«Twitter ha mutato la comunicazione come gli altri social non hanno fatto. Facebook ha cambiato il mezzo, ma non la comunicazione.

Su Twitter si parla proprio in modo diverso: infatti è considerato da molti un information network più che un social “tradizionale”!

- Rudy Bandiera -



I numeri di Twitter

- Nasce nel 2006 a opera di Jack Dorsay
- Gli hashtag nascono nell'ottobre 2007
- Più di 1 miliardo di utenti registrati
- 284 milioni di utenti attivi al mese di cui l'80% accede via mobile
- Vengono inviati oltre 500 milioni di tweet al giorno
- Il 46% degli utenti twitta almeno una volta al giorno
- Il 44% degli utenti registrati non ha mai inviato un tweet
- Il tempo medio di vita di un tweet è di 19 minuti
- In Italia è il 3° social per numero di utenti registrati (dopo Facebook e Google Plus)

Il linguaggio di Twitter

- I tweet possono contenere fino a massimo di **140 caratteri** (spazi inclusi)
- **E' un sito di micro-blogging**
- Permette alle persone di stare collegate attraverso lo scambio di risposte alla domanda: **Che c'è di nuovo?**
- Capacità di sintesi, pur dicendo cose interessanti
- E' possibile allegare foto e video all'interno di un tweet (portano via 23 caratteri). E' preferibile per le foto usare il formato: 588x293 px
- E' possibile twittare link, che è consigliabile accorciare attraverso strumenti come [bitly](#) e [google shortener](#)



Il linguaggio di Twitter

- **Tweet:** in inglese «cinguettio» indica il messaggio pubblicato
- **Followers:** chi ci segue (chi legge i nostri tweet)
- **Following:** chi seguiamo noi (profili di cui leggiamo gli aggiornamenti)

Non è necessario confermare queste azioni (come la conferma di amicizia su FB), ma è possibile gestire diverse impostazioni di privacy (ad esempio, scegliendo di [proteggere i tweet](#), [bloccando gli utenti](#) o [togliendo la voce agli utenti](#))



Il linguaggio di Twitter

@ e

- @ (mention): indica il profilo a cui twitto

Se la @ viene posizionata all'inizio del tweet, questo sarà visibile solo ai tuoi follower e ai follower della persona menzionata

Se la @ viene posizionata in un altro posto all'interno del tweet, questo sarà visibile a tutti

Se la @ è preceduta da un punto (.@) il tweet sarà visualizzato da tutti i follower della persona menzionata

E' possibile menzionare anche profili che non sono nostri follower



Il linguaggio di Twitter

@ e

- # (hashtag): rende qualsiasi parola una parola chiave ricercabile nel motore di ricerca interno di Twitter
- Servono per far capire agli altri che si sta parlando di un determinato argomento
- Generalmente vengono usati per eventi, fatti di cronaca, trasmissioni televisive e radiofoniche, temi che hanno conquistato l'interesse delle persone su Twitter
- Le tendenze (o trend) sono gli hashtag e i temi che stanno godendo di maggiore popolarità su Twitter in un determinato momento

Tendenze · Modifica

Amedeo

#Volkswagen

#ThanksZaynFor

Viola Davis

#iostoconerri

Philadelphia

#alle2votazionemondiale1D

Stephen King

#MENGONIncircolo

Burberry



Il linguaggio di Twitter

- **Messaggi diretti:** Twitter consente di mandare messaggi diretti ad altri utenti presenti sul social, anche se non sono nostri following, ma solo se questi hanno attivato l'opzione
- I DM possono avere più di 140 caratteri (da qualche settimana)
- E' possibile attivare delle chat private di gruppo
- Nei messaggi diretti è possibile allegare immagini



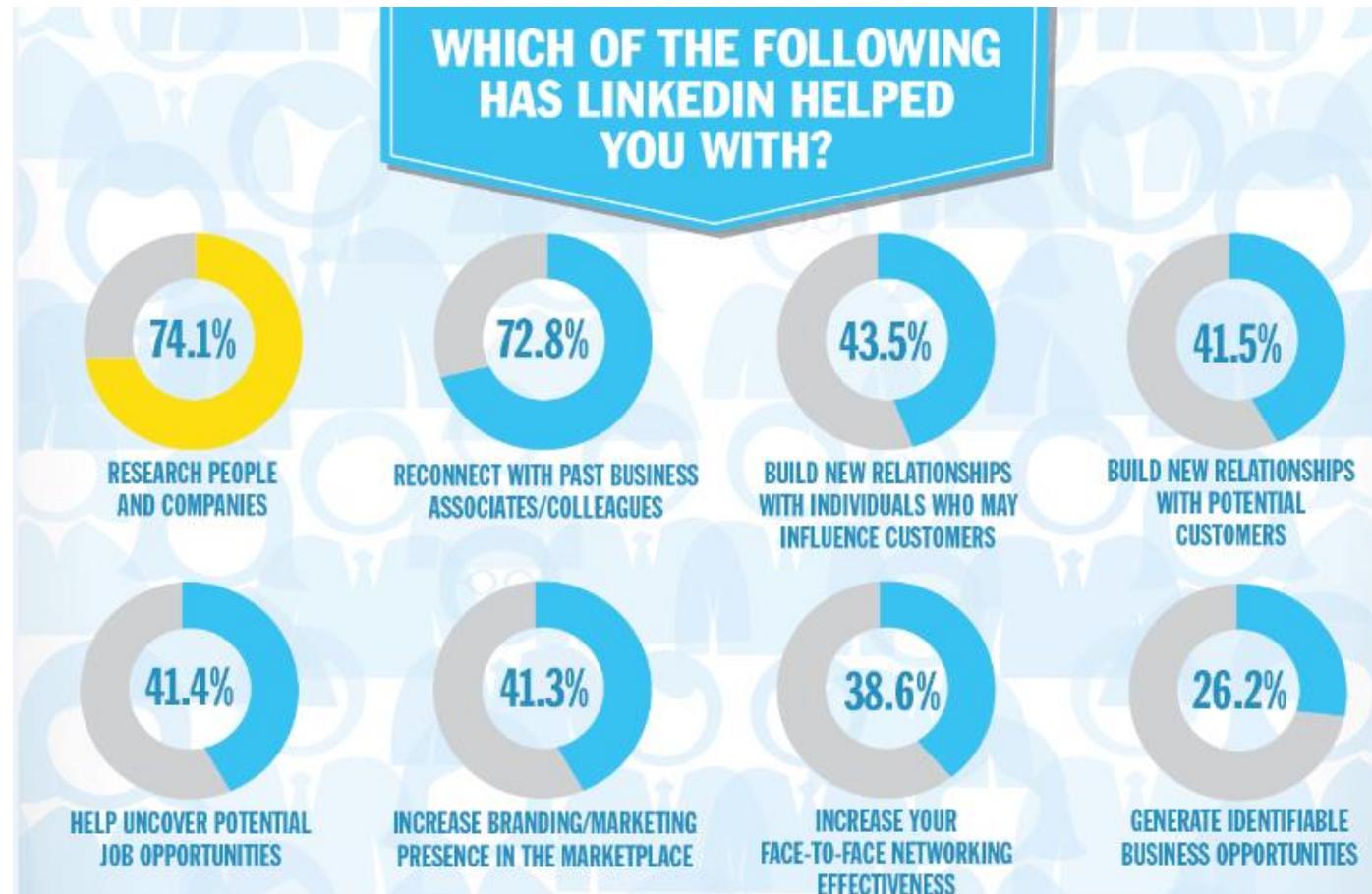


LA FIERA DI SETTORE

- Professionale
- Valorizzante
- Reciproco
- Elitario

A cosa serve davvero?

- **Non** a trovare lavoro (o almeno non solo)
- A **connettere** persone con professionalità compatibili o che ruotano attorno ad uno stesso ambito di interesse
- A diventare un HUB, un punto di aggregazione di interessi professionali

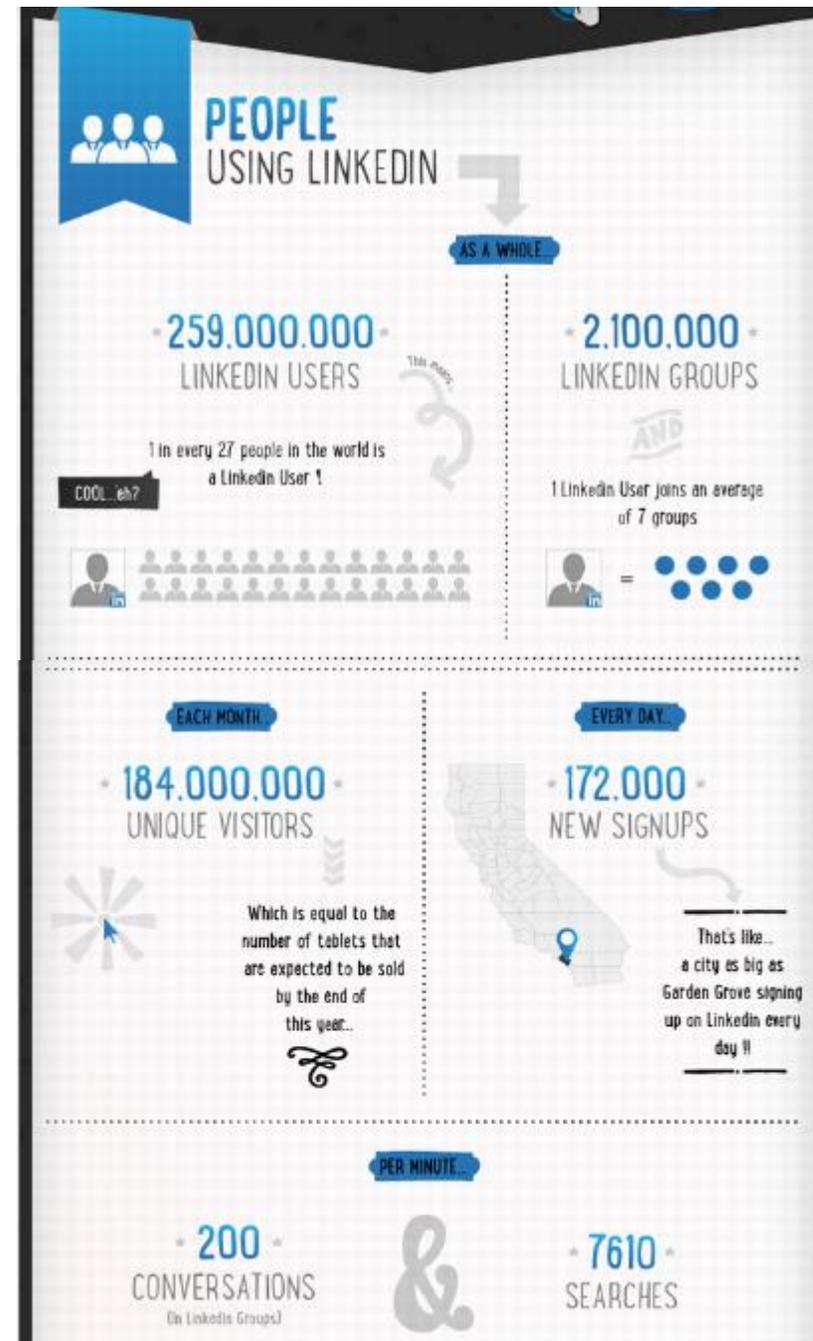


Qualche dato...

- Nasce nel **2003**
- Oltre 4 milioni di utenti solo in Italia.
- **Entra in borsa nel 2011**
- LinkedIn ha ora **3000** dipendenti (all'inizio del 2010 ne aveva solo 500)
- Il fatturato del 2011 ha raggiunto **522 milioni** di dollari
- È il **30°** sito più visitato al mondo
- Uomini (59%) vs Donne (41%)
- fasce con più membri sono quelle dei 25-34enni e dei 35-54enni (entrambe col 36%).
- Le funzioni maggiormente presenti sono quelle legate alla vendita (12%), all'insegnamento (10%) e all'amministrazione (10%).



www.gruppolen.it



Il giusto atteggiamento

- **Personal Branding:** presentatevi bene (pic del profilo, immagine di copertina, grammatica, completezza)
- **Corporate Branding:** se fate parte di una organizzazione allineate le impostazioni del profilo con quelle corporate (social media polic del brand)
- **Condivisione, progetti ed esperienze:** non serve condividere tutto, serve condividere ciò che è importante
- **Approccio Business:** siate educati, presentatevi oi fatevi presentare, condividete e date valore prima di chiedere
- **Tone of voice:** formale ma non ingessato, affabile ma non cacciarone, aperto al dialogo e all'ascolto



Teniamoci in contatto



Personalizzate
sempre le
richieste di
contatto!

Aggiungi collegamenti Collegli Ex studenti Persone che potresti conoscere

Invita **Gabriella** a collegarsi con te su LinkedIn

Come hai conosciuto Gabriella?

- Collega
- Compagno di studi
- Abbiamo lavorato insieme
- Amico
- Altro
- Non conosco Gabriella

Inserisci una nota personale: (facoltativo)

Vorrei aggiungerti alla mia rete professionale su LinkedIn.

- Sara Salvarani

Importante: invita solo persone che conosci bene e che ti conoscono. Scopri perché.

[Invia invito](#) oppure [Annulla](#)

A photograph of a person from behind, wearing a brown jacket, holding a camera to their eye. They are in a park-like setting with a fountain and other people in the background. The scene is slightly blurred, emphasizing the act of photography.

Instagram

IL QUADRO IMPRESSIONISTA

- Foto
- Brevi video
- Instagram stories
- Content creation
- Non reciproco
- Aperto

400 milioni
di utenti
attivi ogni
mese

2,6 milioni
di utenti
attivi al
mese in
Italia

30 miliardi
di foto
caricate

70 milioni
di foto
caricate al
giorno

2,5
miliardi di
like al
giorno

IL CATALOGO MONDIALE DELLE IDEE

- Immagini
- Video
- Upload & repin
- Condivisione di idee
- Selettività dei contenuti seguiti
- Non reciproco



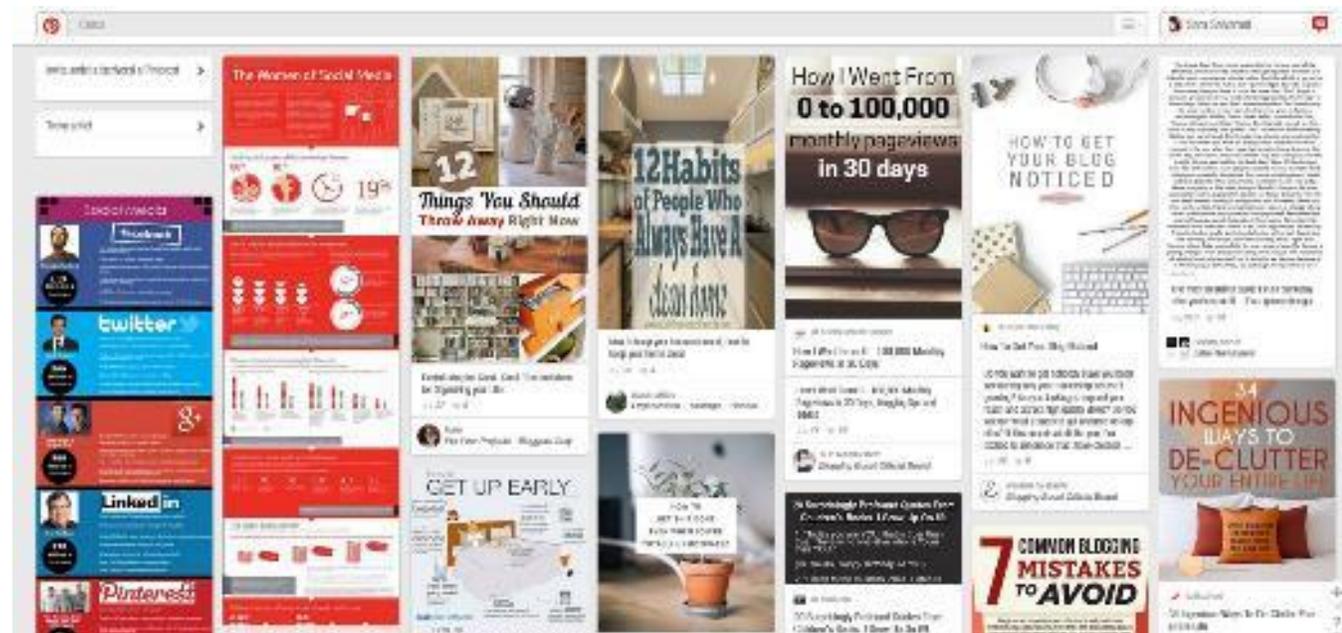
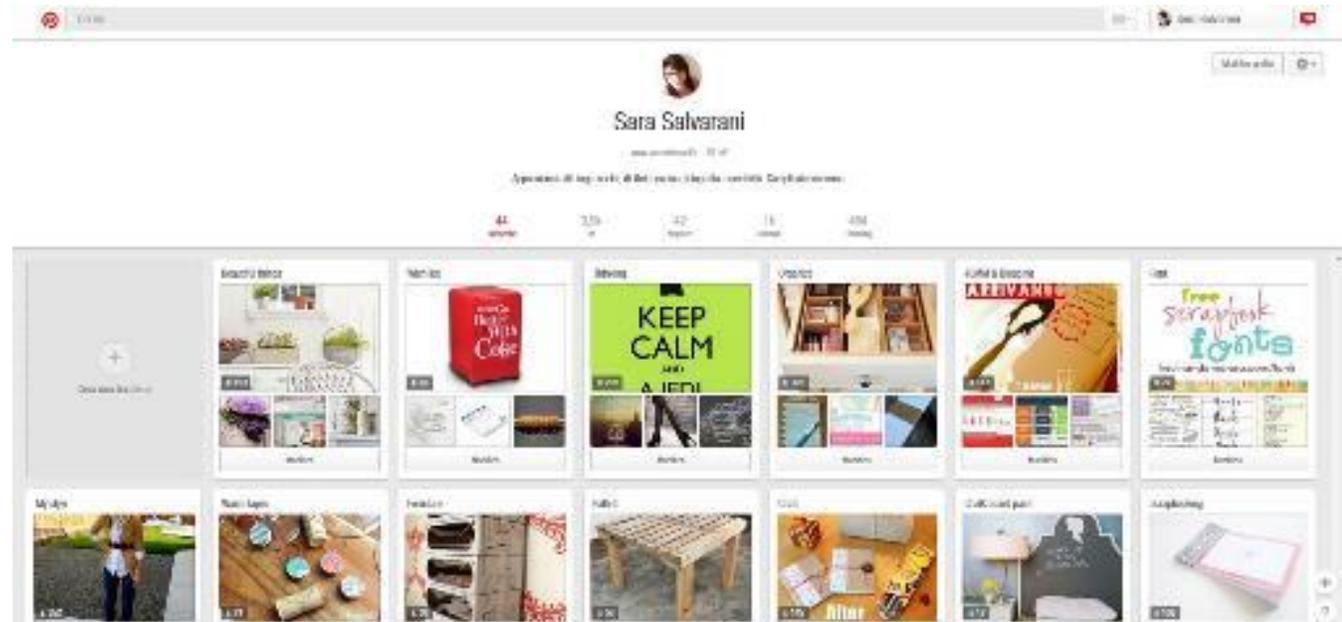
Pinterest

Come funziona

- Social di condivisione di immagini e video
- 80% del pubblico è femminile
- Età fra i 25 e i 45 anni
- Funziona per bacheche (board) su cui si pinnano contenuti esterni o si re-pinnano contenuti interni (85% dei contenuti sono repin)
- Contenuti: beauty, fashion, lusso, food, craft, arredamento, viaggi, motori



www.gruppolen.it



A vintage movie projector with two reels, a lamp with a yellow shade, and a blue acoustic foam wall.

'ouTube

LA VIDEOTECA

- Video
- Upload & condivisioni
- Playlist
- Non reciproco
- Canali



Snapchat

IL CAPPELLO DELL'ILLUSIONISTA

- Video
- Foto
- 24 ore
- Fun
- Impermanenza
- Reciproco

Social media: opportunità e best practice



www.gruppolen.it

I social media come alleati: costruiamo gioia

- Network: riapriamo la piazza
- Creatività: esprimi te stesso
- Scoperta: stupisci la tua mente e il tuo cuore



Le opportunità della rete

- Imparare cose nuove
- Indirizzare la creatività
- Capire se stessi
- Costruire una rete professionale
- Trovare lavoro

