



Suggerimenti per proteggersi in rete

I social media come strumenti

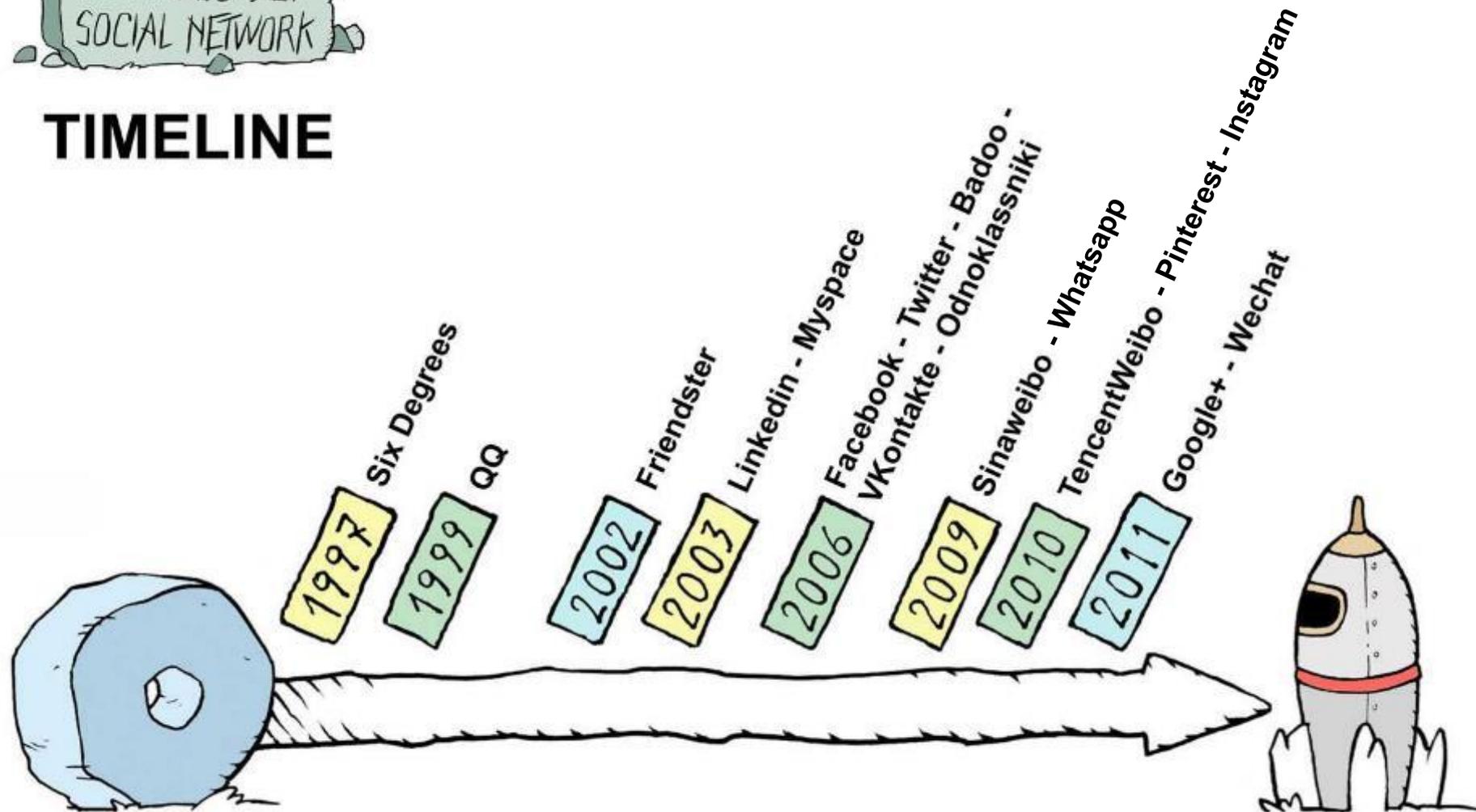
Sara Salvarani

21/03/2018

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.

Google+

facebook

LinkedIn

twitter

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

Instagram

Pinterest

YouTube

Blogger

WordPress

- **Social Tool (ST)**: specifici strumenti che arricchiscono e facilitano l'efficace gestione delle piattaforme social.

Add This

hootsuite

PLANOLY

feedly

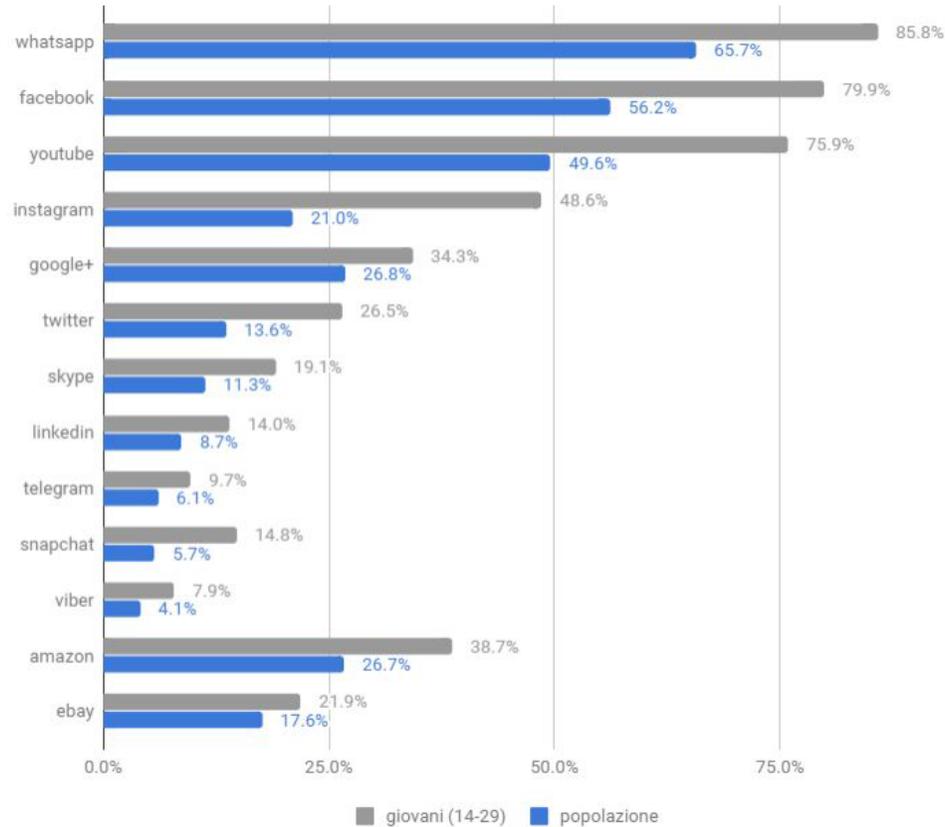
postpickr

bitly

Un po' di numeri

ITALIANI E SERVIZI WEB

fonte: CENSIS Elaborazione: Vincenzo Cosenza



Social di cittadinanza e social funzionali



blogmeter
THE SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE COMPANY

Base: totale campione (N=1501) – Iscrizione ad almeno un canale Social

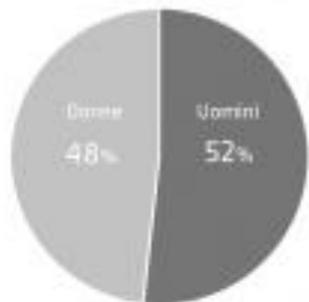


www.gruppolen.it

facebook in Italia

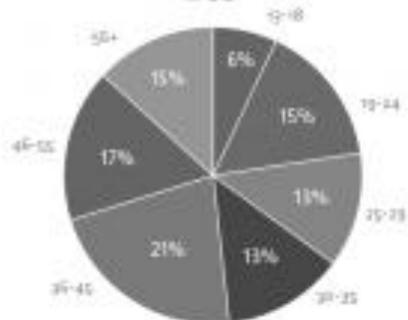
30 milioni attivi mese
28 milioni mobile mese
24 milioni attivi giorno
23 milioni mobile giorno

Sesso



credito: Uscienze/Consorzio Uscienze

Età



giugno 2011

source: www.facebook.com/it

Sull'impiego del tempo,
l'età fa la differenza

« A cosa dedichiamo
più tempo... »

15-17



18-24



25-34



35-44



45-54

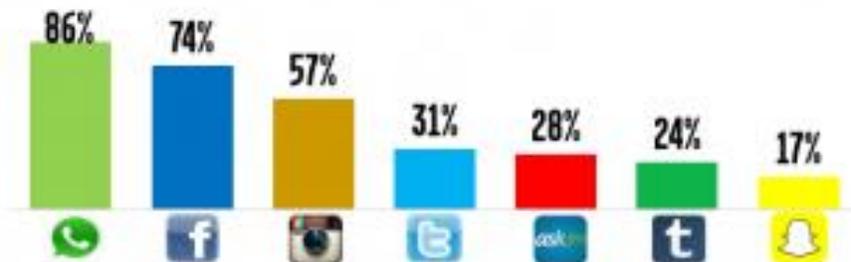


55-64



www.gruppolen.it

A quale di questi social network sei iscritto?

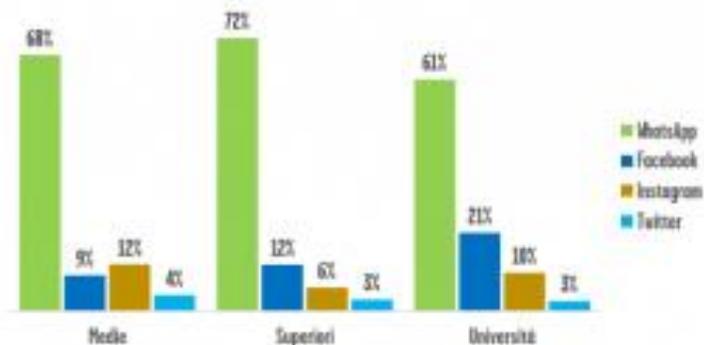


Fonte: elaborazioni MEC su dati [SKUOLA](#)

Ricerca CAWI su 1.101 studenti delle scuole medie, superiori e universitari (Marzo 2015).



Quali di questi social utilizzi maggiormente nel corso della giornata?

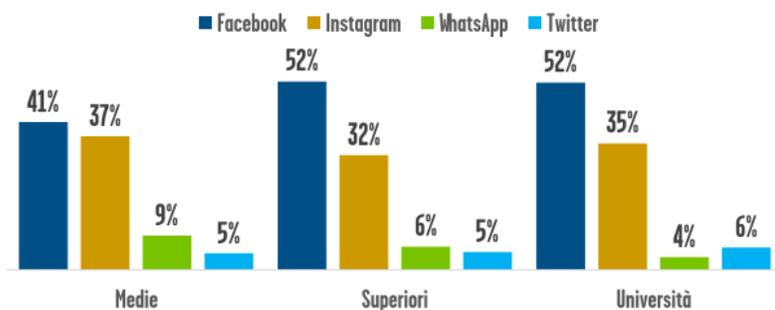


Fonte: elaborazioni MEC su dati [SKUOLA](#)

Ricerca CAWI su 1.101 studenti delle scuole medie, superiori e universitari (Marzo 2015).



Su quale di questi social network segui maggiormente i brand?

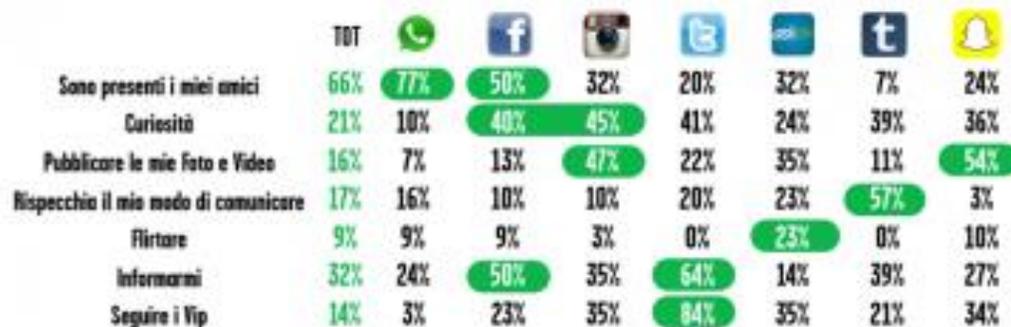


Fonte: elaborazioni MEC su dati [SKUOLA](#)

Ricerca CAWI su 1.116 studenti delle scuole medie, superiori e universitari (Marzo 2015).



Perché usi questi social network?



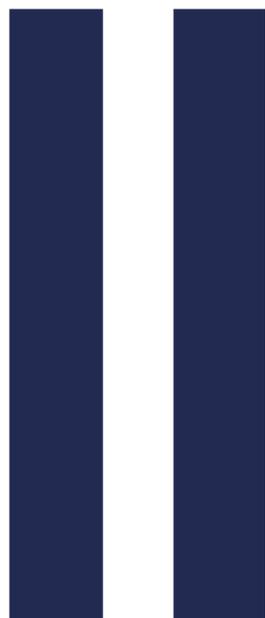
% di penetrazione del motivo d'uso rispetto al singolo social

Fonte: elaborazioni MEC su dati [SKUOLA](#)

Ricerca CAWI su 1.101 studenti delle scuole medie, superiori e universitari (Marzo 2015).



+7% +18%



Tassi di crescita annuali di **utilizzo giornaliero** dei principali social network in Italia (%)

+20%



+6%



+41%



+12%



-3%



+95%



+6%

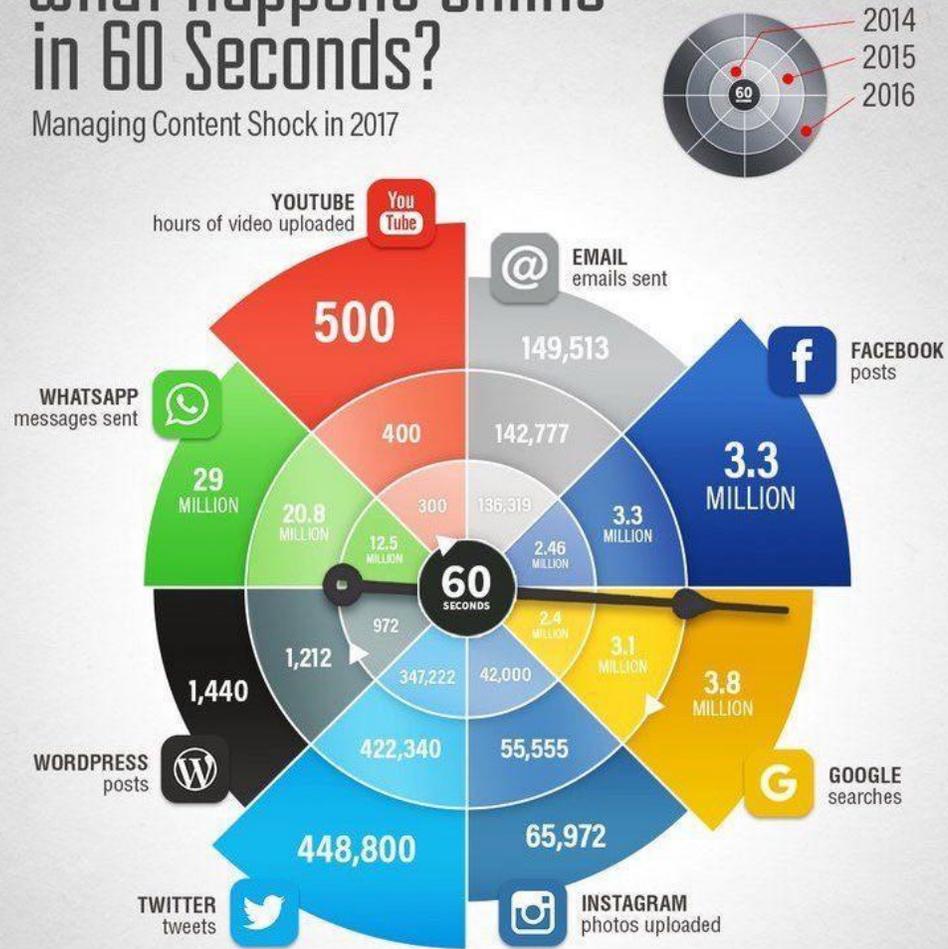


+41%



What Happens Online in 60 Seconds?

Managing Content Shock in 2017



www.gruppolen.it

In una parola... VIRALITÀ



www.gruppolen.it

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

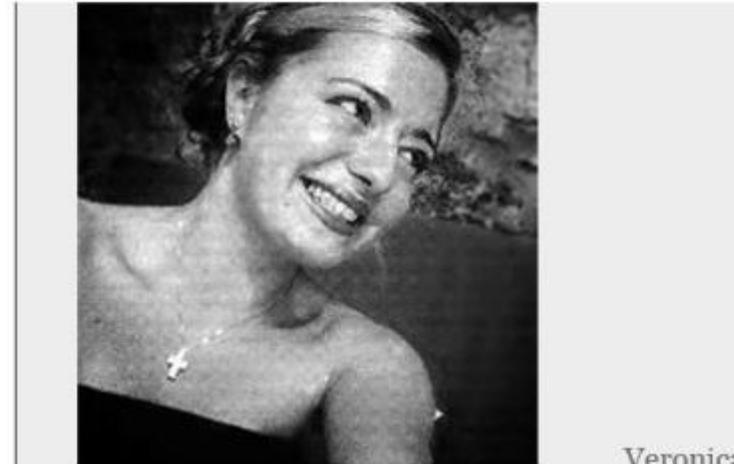
Il massimo torto che puoi fare all'imprenditore in senso generale e all'imprenditore di sé (detto anche Freelance) è questo: fargli perdere tempo. Il bene più prezioso che ha insieme ad esperienza e competenza. Quel tempo che cerca di dilatare ogni giorno perché basti a far tutto, quel tempo che si scervella 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



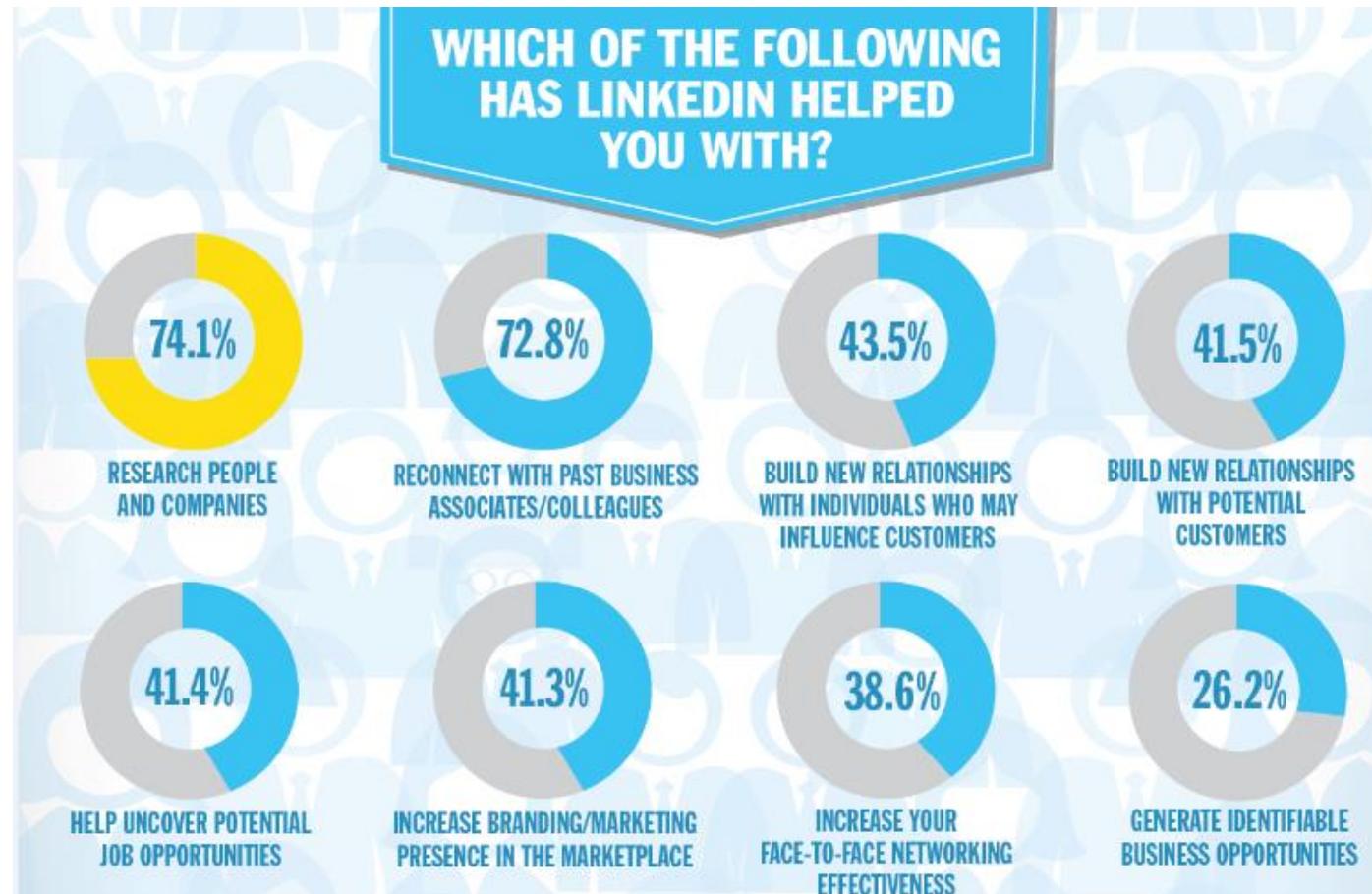


LA FIERA DI SETTORE

- 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

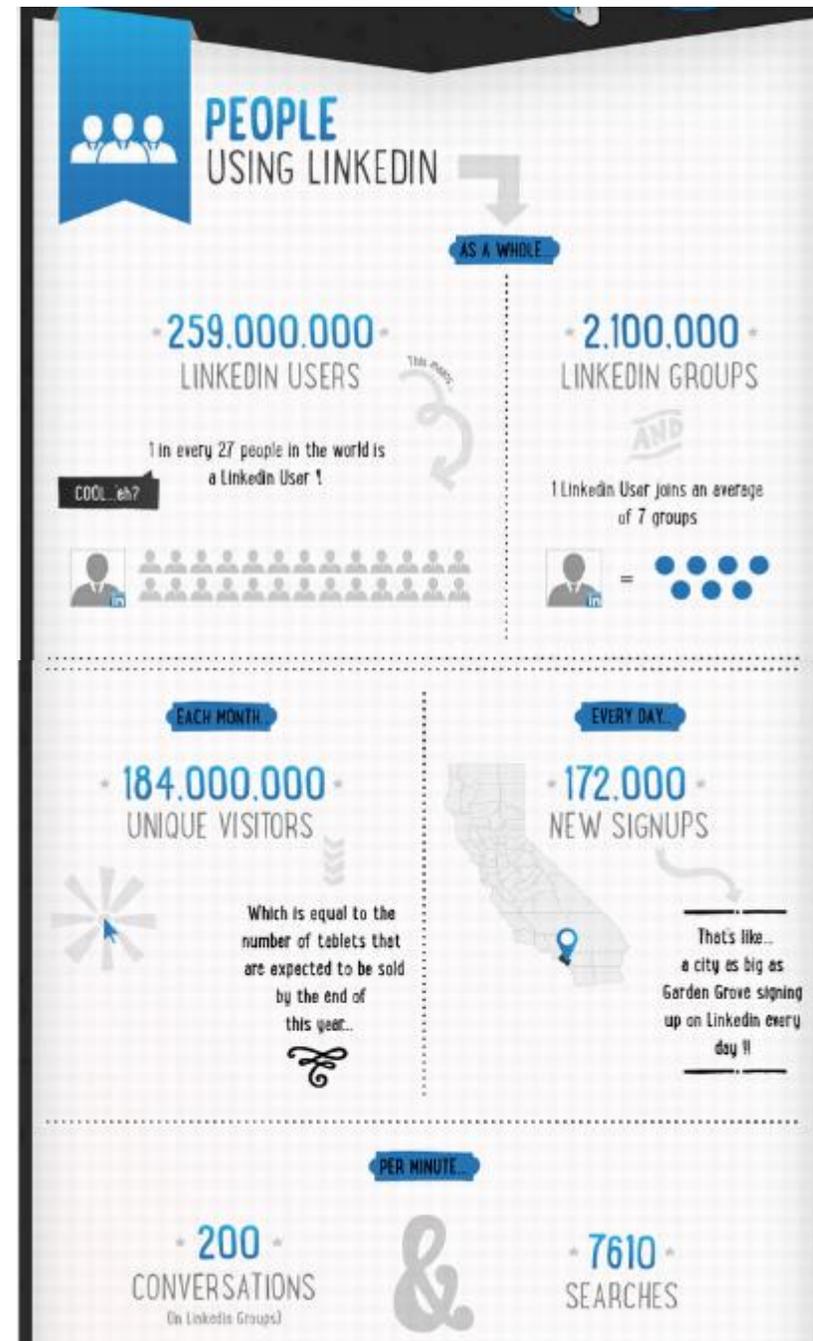


Qualche dato...

- 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



Competenze e segnalazioni

The screenshot shows a LinkedIn profile section titled 'Competenze' (Skills). It lists 'Competenze principali' (Main skills) with counts and a grid of profile pictures of people who have endorsed each skill. Below this, it shows 'Altre competenze di Sara' (Other skills of Sara) with counts. At the bottom, there is a 'Segnalazioni' (Recommendations) section with tabs for 'Ricevute (7)', 'Scritte (6)', and 'Gestisci'.

Competenze

Competenze principali

Competenza	Conteggio
Blogging	34
Redazione contenuti web	27
Social Media	27
Social Networking	26
Gestione profili social	22
Copywriting	21
Social Media Marketing	21
Formazione	17
Blog	17
Web 2.0	16

Altre competenze di Sara

Competenza	Conteggio
Social media marketing	14
Marketing online	13
Marketing communication	8

Segnalazioni Ricevute (7) Scritte (6) Gestisci

Preside

SQcuola di Blog



Andrea Alfieri Geom.

Social Media Trainer & Strategist at SQcuola di Blog Social Media Marketing

« Sara è una delle migliori collaboratrici che abbia mai avuto. Ho creato SQcuola di Blog, che è come un figlio, e non ho avuto esitazioni ad affidarglielo. Ho pensato a www.socializeyourevent.it ed è stata la prima persona che ho coinvolto. Ho creato #VerdiMuseum e lei è un asset anche su questo. Quando mi chiedono chi sia la miglior formatrice Social Media e consulente, il... altro

30 ottobre 2014, Andrea è stato superiore di Sara presso SQcuola di Blog

Competenze:

- Voi le inserite e i vostri collegamenti le confermano (ma possono anche inserirne di nuove)
- Sono la conferma della vostra professionalità
- Chi lo fa ci mette la faccia (attenti a chi sostenete)
- Avvallate solo competenze che avete «testato con mano»
- Non correte a «ricambiare» endorsement solo per cortesia

Segnalazioni:

- Sono le vecchie «referenze»
- Vanno meditate a fondo per «profondità» e parole
- Si possono dare gratuitamente o possono essere richieste
- Date prima di ricevere
- Aiutano a confermare la validità del proprio percorso professionale.



10 regole utili per utilizzare LinkedIn

1. È importante apparire come ben inseriti in un network, quindi assicuratevi di **avere almeno 500 connessioni utili e in target**. Questo porta credibilità e autorevolezza sul web.
A 500 collegamenti il contatore pubblico si ferma, è importante dimostrare di non essere appena sbarcati sulla piattaforma e che siete ben inseriti socialmente.
2. **Aggiornate il vostro stato quotidianamente** in modo da trasmettere valore e competenze.
Va benissimo il vostro ultimo post sul blog, oppure contenuti di esperti del vostro settore che reputate interessanti per chi vi segue
3. **Scrivere in prima persona** - Parlare direttamente al vostro target di mercato in modo che possano riconoscere in voi un professionista preparato
4. **Aggiungete un video o una presentazione**. Molti preferiscono guardare piuttosto che leggere
5. Consigliate a chi legge il profilo di fare clic per riprodurre video in quanto non è così ovvio come sembrerebbe
6. **Utilizzare la sezione “Progetti”** per evidenziare download o per mostrare i prodotti e servizi che state promuovendo
7. Assicuratevi di **avere almeno 10 raccomandazioni**
8. Se l’avete aggiungete precedenti **esperienze di volontariato e nel sociale**
9. **Aggiungere i più significativi riconoscimenti e premi** ricevuti
10. Usate i **gruppi (50 è il numero massimo, partite dai più frequentati e attivi)**



W)

A photograph of a person from behind, wearing a brown jacket, holding a camera and taking a picture of a fountain in a park. The background is slightly blurred, showing other people and trees. The word 'Instagram' is written in a black, cursive font in the top left corner.

Instagram

IL QUADRO IMPRESSIONISTA

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

Oggi la comunicazione viaggia su canali visual perché una immagine CI PARLA e (se ben costruita) cattura velocemente l'attenzione

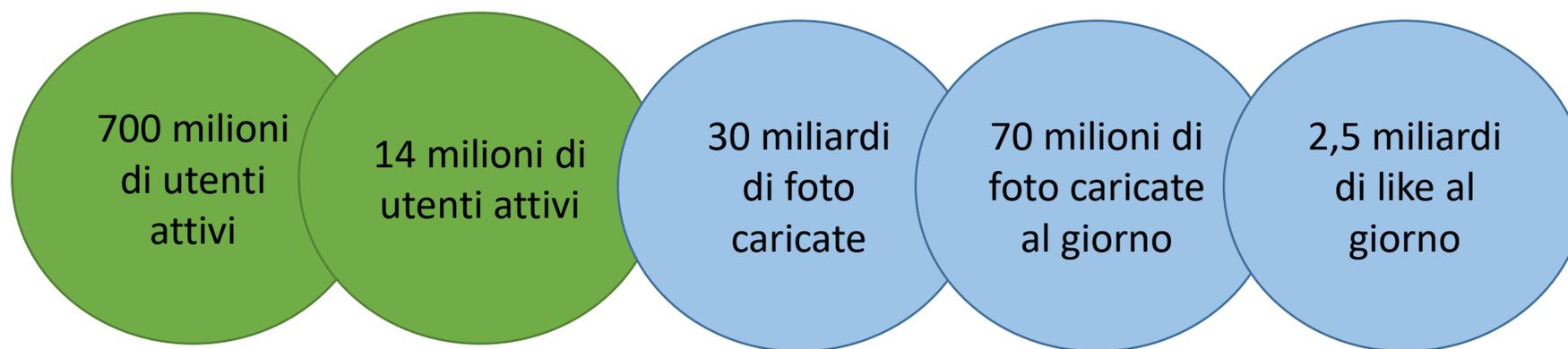
Tutti noi scattiamo foto e condividiamo momenti della nostra vita, ancor di più se siamo in viaggio



INSTAGRAM è lo strumento perfetto per lo storytelling legato a tutto ciò che può essere narrato con un'immagine.

Plus:

- Fotografia
- Geotag e mappe
- Hashtag
- community a supporto



**IL CATALOGO
MONDIALE DELLE
IDEE**

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



Pinterest

PINTEREST

Most evergreen

317
MILLION

unique
monthly
users



predominantly female

45% of online women vs.
17% of online men

50-64

30-49

18-29

fairly evenly distributed
amongst 18-64 year olds

+10%

people referred by Pinterest are **10%** more
likely to make a purchase on ecommerce
than users of other networks



best longevity — half-life of a pin is **151,200 minutes**
(vs. 24 minutes for a tweet or 90 minutes for a Facebook post)

200 milioni

persone

50%+

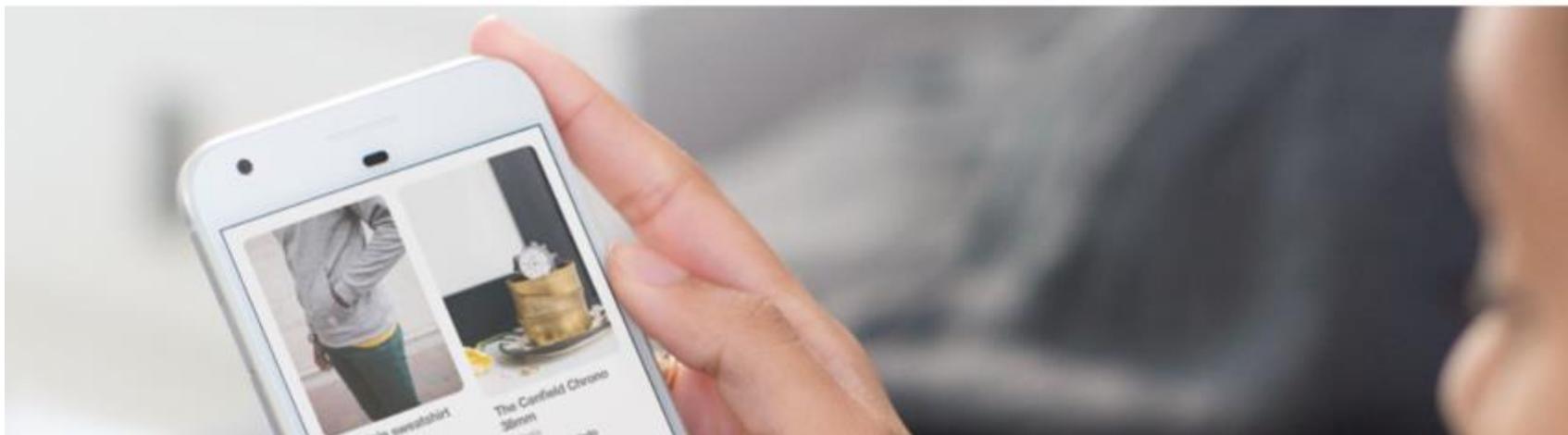
internazionale

80%

su dispositivi mobili

100 miliardi

Pin



Come funziona

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

Sara Salvarani -
SweetSocial

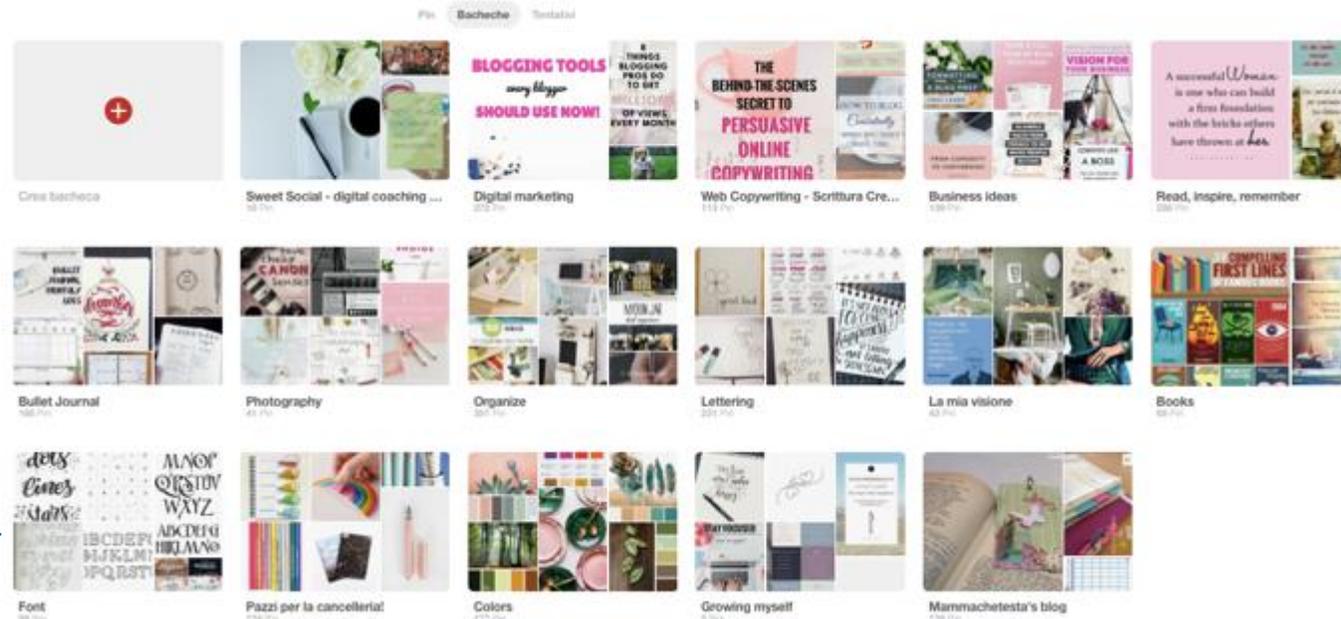
1.703
Follower

601
Segui

www.sarasalvarani.it
Digital coach con un occhio di riguardo per la scrittura creativa ed efficace. Consigli di web copywriting e per una presenza online che funziona davvero. Amo 1



Sweet Social - digital coaching e consigli di web copywriting
50 Pin



www.gruppoler

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

YouTube

- Social di condivisione di video
- È un social vero e proprio
- I contenuti si possono organizzare in playlist
- Condividere sia contenuti propri che di altri utenti, mettendo like e commentando

Casi di successo: Marco Montemagno

COME SOPRAVVIVERE ALLA RIVOLUZIONE TECNOLOGICA: GUIDE, IDEE E TATTICHE

Marco Montemagno
87.636 iscritti

ISCRITTO 87.636

HOME PAGE VIDEO PLAYLIST CANALI DISCUSSIONE INFORMAZIONI CHANNELYTICS

COSTO OPPORTUNITA 3:05
Come sapere se stiamo sprecoando il nostro L...
Marco Montemagno · 9.945 visualizzazioni · 22 ore fa

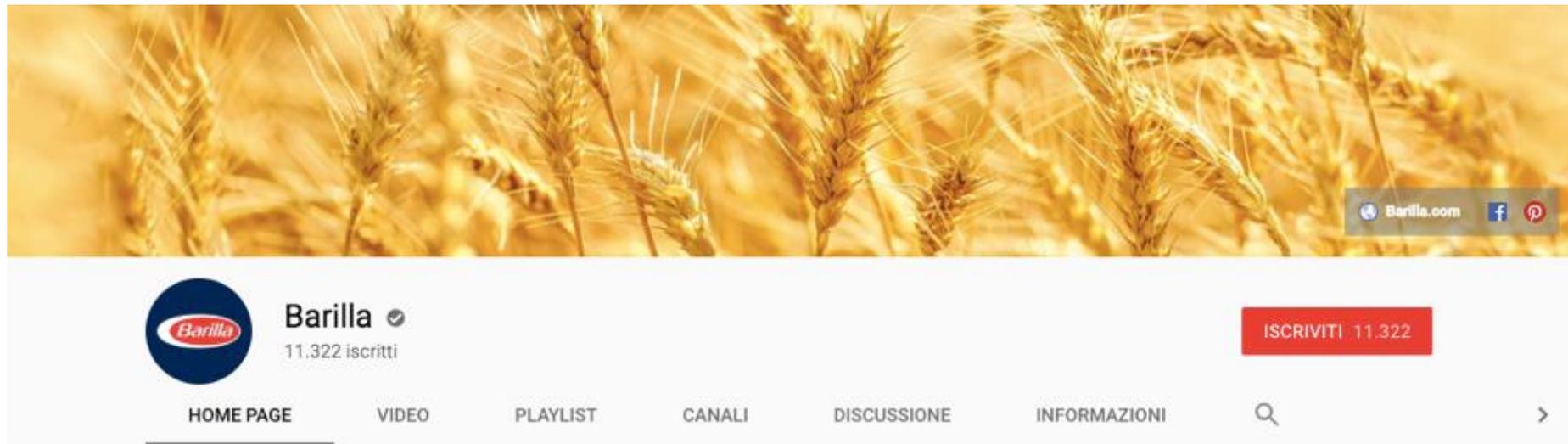
COLLOQUIO DI LAVORO 6:59
Lavoro, dieci errori da non fare durante il colloquio
Marco Montemagno · 16.129 visualizzazioni · 1 giorno fa

COME GUADAGNARE LA FIDUCIA DEGLI ALTRI 5:16
Come guadagnare la fiducia di una persona
Marco Montemagno · 18.161 visualizzazioni · 3 giorni fa

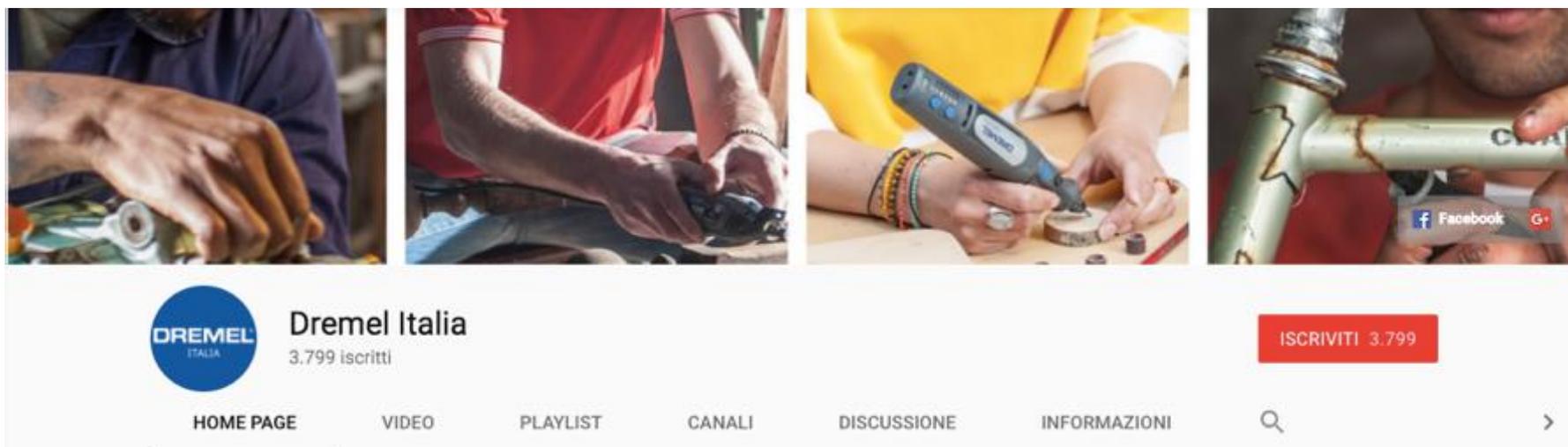
CANALI CORRELATI

- andregaleazzi.com ISCRIVITI
- lambrenedettoxvi ISCRIVITI
- Matteo Flora ISCRIVITI

Casi di successo: Barilla



Casi di successo: Dremel Italia



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

