

Modulo: Social Media Management

Obiettivi di apprendimento

- Comprenderete l'importanza dei social media nell'attuale era digitale e come questi possono rappresentare una risorsa vantaggiosa per le imprese di tutte le dimensioni.
- Sarete in grado di individuare le diverse piattaforme di social media disponibili, riconoscere le loro caratteristiche specifiche e comprendere il modo migliore per sfruttarle per promuovere un'impresa.
- Imparerete anche come sviluppare una strategia per i social media in linea con gli obiettivi e gli scopi dell'impresa.
- Imparerete a creare dei contenuti interessanti e rilevanti per le piattaforme di social media.
- Scoprirete come misurare il successo delle vostre attività sui social media attraverso strumenti di analisi mirati.

Indice

- Perché i social media sono importanti?
- Scegliere le migliori piattaforme di social media
- Creare una strategia per i social media
- Suggerimenti per la creazione di contenuti
- Analisi e misurazione

Prima di cominciare...

1. Utilizzate attivamente le piattaforme di social media? In tal caso, quale utilizzate e con quale frequenza?
2. Interagite attivamente con i marchi o le aziende sui social media?
3. Siete in grado di riconoscere il modo in cui i social media hanno influenzato la vostra percezione, i vostri comportamenti o atteggiamenti nei confronti di un particolare marchio?

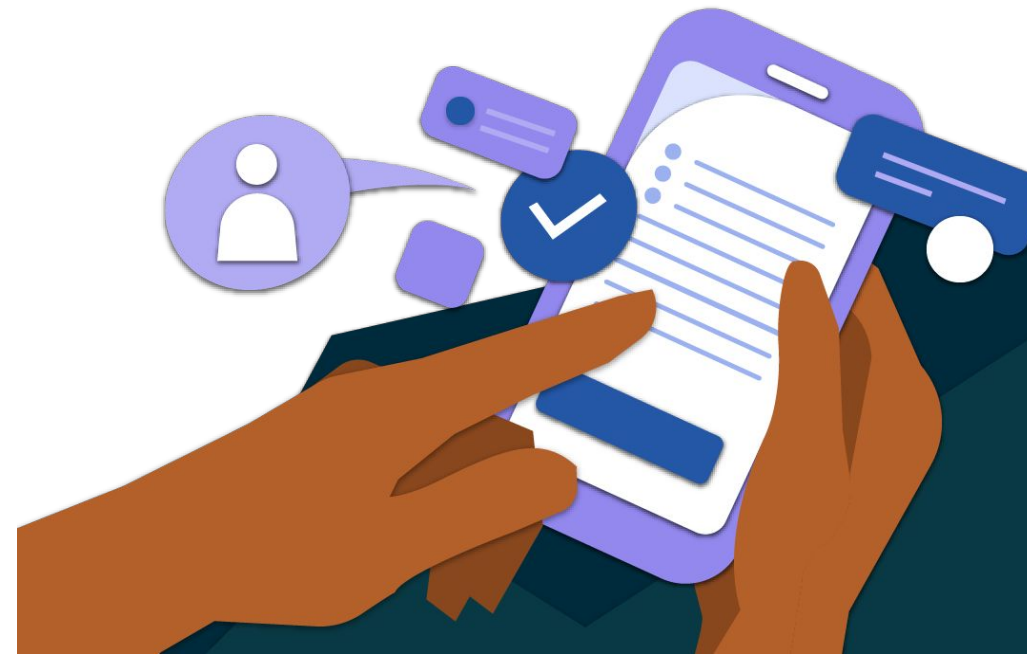
Cominciamo!



Perché i social media sono importanti?

Innanzitutto...

I **Social media** sono delle piattaforme e delle tecnologie online che consentono alle e agli utenti di creare, condividere e interagire con contenuti, informazioni e idee. Facilita l'incontro tra individui e aziende e permette di entrare in contatto con un vasto pubblico al di là dei confini geografici.



I vantaggi dei social media per le imprenditrici e gli imprenditori:

- Marketing e pubblicità a basso costo.
-
- Maggiore visibilità e copertura.

I vantaggi dei social media per le imprenditrici e gli imprenditori

- Maggior coinvolgimento e feedback delle e dei clienti.
- Accesso a una clientela a livello mondiale.



Per concludere...

Sfruttare il potere dei social media è una strategia non solo vantaggiosa, ma soprattutto essenziale per le imprenditrici e gli imprenditori. I social media offrono una serie di strumenti specifici e notevoli opportunità che permettono alle e ai titolari di imprese di superare gli ostacoli, ampliare il proprio pubblico e avere successo nell'era digitale.

Scegliere le migliori piattaforme di social media

Punto di partenza

- Ogni piattaforma di social media vanta funzioni e caratteristiche uniche e si rivolge a un pubblico specifico.
- Occorre considerare il proprio **gruppo di riferimento** e i propri **obiettivi aziendali** al fine di stabilire le piattaforme più adatte al proprio caso.

Gruppo di riferimento



- Analisi delle informazioni demografiche
- Quali piattaforme di social media sono più popolari tra le persone che rientrano nel vostro pubblico?

Obiettivi aziendali

- Individuate gli obiettivi aziendali principali
- Stabilite quale piattaforma è più adatta e in linea con i vostri obiettivi

Valutazione delle caratteristiche della piattaforma

- Esaminate le specifiche caratteristiche e funzioni offerte da ciascuna piattaforma.
- Ad esempio, se la vostra impresa fa ampio affidamento sui contenuti visivi, Instagram o YouTube potrebbero essere le piattaforme che fanno al caso vostro.

Suggerimento!

Concentratevi su poche piattaforme:

Non è necessario essere presenti su tutte le piattaforme di social media.

Piattaforme di social media popolari tra le imprese

Piattaforma di social media	Caratteristiche
Facebook	<ul style="list-style-type: none">- Ampia e varia base di utenti- Solide opzioni pubblicitarie- Pagine per le aziende e le organizzazioni- Gruppi per coinvolgere e interagire con la comunità- Possibilità di effettuare delle dirette- Strumento per effettuare un'analisi dettagliata
Instagram	<ul style="list-style-type: none">- Piattaforma incentrata sui contenuti visivi per la condivisione di immagini e video- Elevato coinvolgimento e grado di interazione, nonché componente visiva nello storytelling- Storie e Reel per la creazione di contenuti creativi- Funzione Shopping su Instagram come e-commerce- Opportunità di collaborare con influencer- Hashtag e sezione Esplora favoriscono l'esplorazione dei contenuti

Piattaforma di social media	Caratteristiche
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> - Piattaforma di microblogging in tempo reale - Condivisione immediata di aggiornamenti e notizie - Hashtag e argomenti di tendenza - Messaggi diretti per offrire assistenza alle e ai clienti - Opportunità di collaborare con influencer e leader di pensiero - Twitter Ads per azioni pubblicitarie mirate
LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> - Piattaforma di networking professionale - Condivisione di contenuti dedicati alle aziende - Pagine e profili aziendali per promuovere la presenza del marchio - Facilita l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro - Offre opportunità di networking B2B - LinkedIn Ads per azioni pubblicitarie mirate

Piattaforma di social media	Caratteristiche
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> - Piattaforma di condivisione video - Elevato reach e coinvolgimento con i contenuti video - Canali YouTube per le aziende - Annunci video e opzioni di monetizzazione - Tutorial, demo di prodotti e contenuti educativi - Analisi di YouTube per il monitoraggio delle prestazioni
Pinterest	<ul style="list-style-type: none"> - Piattaforma che permette di scoprire e trarre ispirazione da contenuti visivi - Pin per salvare e organizzare i contenuti - Schede per raccolte tematiche - Funzionalità di ricerca visiva - Account aziendali con rich pin e buyable pin - Pinterest Ads per la pubblicità visiva

Creare una strategia per i social media

Definite innanzitutto i vostri obiettivi e scopi

ESEMPI

- Aumentare la consapevolezza del marchio
- Dirigere il traffico verso il proprio sito Internet
- Attrarre l'interesse di potenziali clienti e aumentare le vendite



Individuate il vostro gruppo di riferimento e personalizzate i vostri contenuti di conseguenza

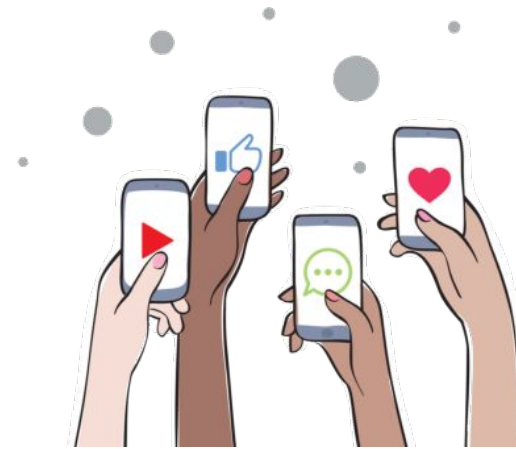
- Informazioni demografiche del pubblico, relativi interessi e comportamenti online.
- Creare i contenuti sulla base di queste informazioni

Sviluppare una strategia relativa ai contenuti

- Elaborare un calendario delle pubblicazioni coerente
- È possibile utilizzare i grafici per creare un piano di pubblicazione personalizzato su ogni social media:

Giorno della settimana	Piattaforma 1	Piattaforma 2	Piattaforma 3
Lunedì	Contenuto A	Contenuto B	Contenuto C
Martedì	Contenuto D	Contenuto E	Contenuto F
Mercoledì	Contenuto G	Contenuto H	Contenuto I
Giovedì	Contenuto J	Contenuto K	Contenuto L
Venerdì	Contenuto M	Contenuto N	Contenuto O

- Contenuti coinvolgenti e rilevanti

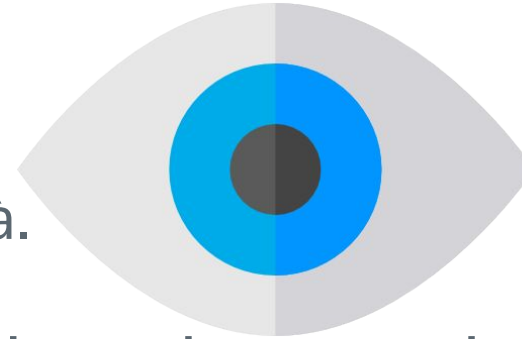


- Mix di post promozionali e informativi

Suggerimenti per la creazione di contenuti

Contenuti visivi

- Utilizzate immagini e video di alta qualità.
- Includete elementi del vostro marchio nei vostri contenuti visivi.



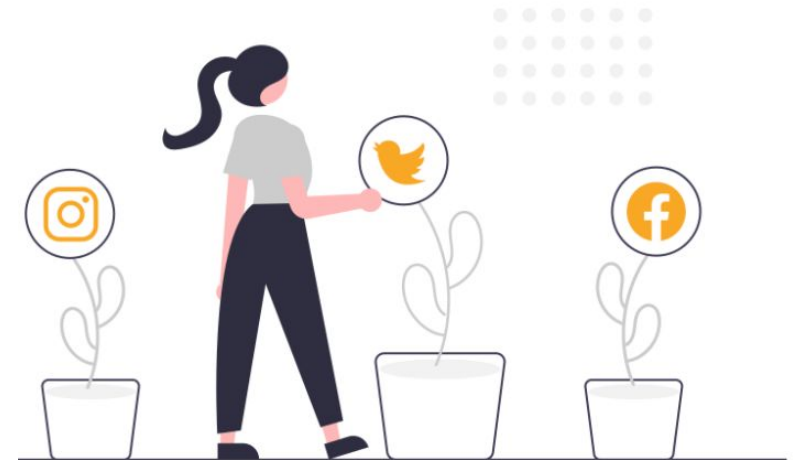
Tipologie di contenuti visivi che potete pubblicare:

Immagini-Video-Grafici-GIF-Meme-Screenshot-Infografiche

Storytelling

- Utilizzate le tecniche dello **storytelling** per creare narrazioni coinvolgenti.
- Condividete storie autentiche che evidenzino i valori, la mission e l'impatto della vostra azienda.

Suggerimento! Siate sintetici. *Less is more!*



UGC

- Incoraggiare la creazione di contenuti da parte delle e degli utenti e coinvolgere il vostro pubblico.
- Ripostate e mettete in evidenza i contenuti generati dagli utenti (**user-generated content - UGC**) per mostrare apprezzamento e rafforzare il legame con la vostra comunità.



Hashtag

- Sfruttate gli **hashtag** per aumentare la visibilità.
- Create degli hashtag per il vostro marchio per stimolare la partecipazione delle e degli utenti e monitorare il discorso attorno al vostro marchio.



SUGGERIMENTO! Scriveteli in minuscolo:

#imprenditorialità #spiritoimprenditoriale #pogettoinnovativo

Analisi e misurazione

Utilizzare strumenti di Analytics

Monitorate la prestazione dei vostri social media utilizzando degli **strumenti di analisi** (analytics) forniti dalle piattaforme di social media.

- *Insights*
- Prestazioni dei contenuti
- *Engagement* o coinvolgimento/interazione

Monitorare le metriche chiave

- Crescita dei follower
- Copertura e impressioni
- Tasso di coinvolgimento/interazione
- Click-through rate (Percentuale di clic)



Insight

Utilizzate gli **insight** per ottimizzare la vostra strategia per i social media.

- Individuate i contenuti che riscuotono maggiore successo
- Replicate il successo
- Sperimentate e ripetete
- Ottimizzate i tempi di pubblicazione

Altri strumenti analytics

- Google Analytics
- Hootsuite
- Sprout Social
- Buffer

