

Dieci regole-base per gestire la tua presenza sui social media (Facebook in particolare)

Multimedialità, relazione, cura, notizie in anteprima:
gli ingredienti giusti per non finire nel rumore indistinto

Chi sono

Mi chiamo **Dino Amenduni**

(dino.amenduni@proformaweb.it - about.me/dinoamenduni)

Sono il **responsabile dei nuovi media e consulente per la comunicazione politica** per l'agenzia Proforma di Bari (www.proformaweb.it)

Sono **collaboratore e blogger** per Finegil-Gruppo Espresso
e **formatore** (su social media marketing e comunicazione politica)

Tutte le mie presentazioni sono **disponibili gratuitamente**
(sia la consultazione che il download) all'indirizzo:

www.slideshare.net/doonie

sommario

Le dieci regole-base

1. Tu sei un utente **come tutti gli altri** (anche quando non è vero)
2. Dai notizie in **anteprima**
3. Vuoi (proprio) **moderare** i commenti? Spiegalo subito
4. Se non rispondi tu, lo faranno **gli altri**
5. Cerca la **multimedialità**
6. **Meglio non comunicare** che comunicare male
7. **Ricicla** i contenuti dagli altri mezzi di comunicazione
8. Non aprire troppi canali social **se non sai come gestirli**
9. Rispetta l'**algoritmo**
10. Una volta che hai iniziato, **non puoi fermarti** (senza danni)

1. Tu sei un utente come tutti gli altri (anche quando non è vero)

Le aspettative sociali degli utenti
al centro delle strategie
di comunicazione

Sei come tutti gli altri

I social media sono “fatti” di persone.

Ogni utente porta con sé le sue aspettative sociali:
se un amico fa una domanda a un altro amico su Facebook,
si aspetta una risposta rapida e trasparente.

Essere personaggi famosi, amministratori pubblici,
manager superimpegnati o organizzazioni con grande potere

non rappresenta una giustificazione alla non risposta.

Se un utente fa una domanda e non riceve risposta,
la sua aspettativa di parità e trasparenza è frustrata.

Anche se la gerarchia nella “vita vera” dovesse essere
chiaramente a tuo favore, sui social media
bisognerebbe dimenticarsene.

Sei come tutti gli altri

Michele Emiliano

sindaco di Bari

Risponde in modo diretto (per usare un eufemismo) a un tweet di un utente che lo critica (per usare un eufemismo).

(Approfondimento [qui](#))

Tweet



@crazyfor5sos_

1 Dic

Emiliano è un coglione di prima categoria! Bari allagata e non chiude le scuole! Cus è nu trmon propr! *

Espandi



Risposta



Retweet



Aggiungi ai preferiti



Altro

*Questo è proprio un idiota



Michele Emiliano @micheleemiliano

5m

@crazyfor5sos_ u' chiú trimon di tutt sì tu, vid ce va alla scol sfalzin!
E mittet u cappid che sta u sol!

Nascondi



Risposta



Elimina



Aggiungi ai preferiti



5:05 PM - 3 Dic 13 · Dettagli

*Il più idiota di tutti sei tu, vai a scuola, cialtrone!
E mettiti il cappello, ché c'è il sole.

2. Dai notizie in anteprima

Per catturare i “mi piace”,
devi sempre offrire
una buona ragione

Dai notizie in anteprima

Il modo migliore per far crescere il numero delle persone che seguono un canale social è rispondere strategicamente alla domanda:

“Perché un utente dovrebbe seguire proprio me?”. La risposta è: “Perché sulla mia pagina trova notizie che non troverebbe altrove, o che qui trova prima”.

Quando una notizia è tale, è meglio partire sempre **dai propri canali personali e digitali**:

gli utenti apprezzeranno, i media dovranno comunque riportarla.

Limitarsi a rilanciare notizie uscite altrove rende una pagina meno utile per gli utenti, e quindi a rallentare l'aumento dei *mi piace* e dei *follower*.

Dai notizie in anteprima

Daniele Silvestri

cantautore italiano

Condivide l'emozione della sua paternità (e il pancione di sua moglie) sulla sua pagina Facebook.

(post originale [qui](#))



Daniele Silvestri Ufficiale
Ti piace · 22 gennaio

Di solito evito accuratamente di aprire finestre sulla mia vita privata, per pudore o per protezione. Di solito. Ma stavolta questa immagine voglio condividerla, anche perché spiega meglio di mille parole il momento che sto vivendo. Baci (da tutti e tre)

Mi piace · Commenta · Condividi
▲ Piace a Epic Feli, Maria Pia... Commenti più in vista ▾ De Nola, Chiara Baldi e altri 37.605.
849 condivisioni

Elena Orlando Bellissimooooo ❤️ ❤️ ❤️
Mi piace · Rispondi · 22 gennaio alle ore 15.09

Viviana Lavatelli Per noi sei stato un compagno di vita e continui ad esserlo ... Quel bambino alle transenne dei tuoi concerti di qualche anno fa, che aveva appena perso il fratello maggiore e che ritrovava la gioia di vivere cantandoti, adesso è un 21enne ..fiero e ... Altro...
Mi piace · Rispondi ▾ 186 · 22 gennaio alle ore 12.18 · Modificato
6 risposte

Patrizia Pitta Di Renzo Le meraviglie vanno condivise...buonavita!!
Mi piace · Rispondi ▾ 86 · 22 gennaio alle ore 11.44

Scrivi un commento...

3. Vuoi (proprio) moderare i commenti? Spiegalo subito

Qualsiasi sia la strategia,
bisogna evitare che qualcuno
si senta censurato

Spiega la moderazione

Qualsiasi sia la strategia che intendi adottare per la gestione dei commenti degli utenti, è fondamentale

informare la tua comunità

con una spiegazione formale delle regole.

Basta un documento di una pagina, una “netiquette”, che indichi

come sono gestiti i commenti,

in quali orari, da chi, quali commenti sono accettati e quali no, qual è il confine tra critica e insulto, perché alcune interazioni sono considerate offensive, quando si arriva addirittura al ban di un utente.

Chiarire le regole all'inizio vuol dire spiegare

che non esiste discrezionalità:

solo così si potrà avere la certezza che nessuno gridi alla “censura”.

Spiega la moderazione

12

Buona pratica

Comune di Milano - Palazzo Marino

Pagina Facebook [ufficiale](#)

di comunicazione istituzionale.

Nel box informazioni sono inseriti orari e criteri di moderazione dei commenti.

(documento di netiquette [qui](#))



The screenshot shows a Facebook page header with the Comune di Milano logo and the text "Comune di Milano | Palaz... Informazioni ▾". Below the header, there's a section titled "Informazioni" which contains the following text:

Pagina ufficiale del Comune di Milano: informazioni e servizi da Palazzo Marino. Linea diretta, nei giorni feriali, dalle 9.30 alle 18.30. Policy: <http://bit.ly/policycomunemi>. Su Twitter @ComuneMI.

Missione

La Pagina ufficiale su cui il Comune di Milano racconta le sue attività e dialoga con i cittadini.

Descrizione

La Pagina fornisce informazioni utili e di servizio a chi vive o lavora a Milano: ascolta i cittadini in rete e racconta i progetti dell'amministrazione comunale.

Informazioni generali

La moderazione dei presidi è gestita da uno staff che fa capo alla Direzione Comunicazione e, in collaborazione con l'Ufficio stampa del Comune, sarà attiva ogni giorno feriale dalle 9.30 alle 18.30. Seguirà una Policy che potete consultare a questo indirizzo: <http://bit.ly/policycomunemi>.

Le segnalazioni dei cittadini dal territorio – sicurezza stradale, decoro, pulizia, manutenzione di strade, parchi e marciapiedi – saranno inserite nell'apposito sistema informatico del Comune per essere inviate agli uffici competenti.

4. Se non rispondi tu, lo faranno gli altri

Ogni account su un social media
è un servizio di customer care

Rispondi, o lo faranno gli altri

Ci sono **grandi aziende** (soprattutto quelle con forte orientamento sul singolo consumatore) che rispondono alle richieste di segnalazione sui social in pochissimi minuti.

Questo alza l'asticella delle aspettative: gli utenti si stanno abituando ad avere a che fare con aziende, e personaggi pubblici, che sono sempre più abituati a rispondere in tempo quasi-reale.

Anche **questo tipo di capacità dialogica e interattiva** rappresenta una componente fondamentale per entrare nelle grazie di un utente.

Ricordati:

se non lo fai tu, potrebbero farlo i tuoi competitor

(se non lo stanno già facendo).

Rispondi, o lo faranno gli altri

15

Dati **Blogmeter** sui tempi di risposta su Facebook e Twitter di grandi aziende sul mercato italiano.

(dati febbraio-marzo 2014)

(approfondimento [qui](#))



Dieci regole-base per gestire la tua presenza sui social media (Facebook in particolare)

proforma

5. Cerca la multimedialità

Non vuoi essere noioso?
Pensa a cosa funziona
nella vita di tutti i giorni,
e fai le stesse cose sui social

Cerca la multimedialità

Il tono di voce dei social media va curato con la stessa attenzione con cui si cura

il tono di voce

in una conversazione pubblica.

Gli account social devono essere aggiornati all'insegna della **multimedialità e della varietà**.

Bisogna dunque evitare di fare solo aggiornamenti scritti, o solo foto, o solo video, o solo link, ma alternare i contenuti per tipologia.

Allo stesso tempo è necessario spaziare tra aggiornamenti di tipo "professionale" e questioni più informali/personali/autobiografiche, anche coinvolgendo gli utenti con autoironia e **raccontandosi esattamente come si farebbe su un blog**

o un diario personale.

Cerca la multimedialità

Pagina Facebook “Calciatori Brutti”

(514mila like su FB a marzo 2014)

(pagina [qui](#))

The screenshot shows the Facebook page "CALCIATORI BRUTTI" with the following content:

- Post 1 (March 13):** "Il pugno nei reni sull'avversario in volo è considerato come un segno di rispetto e stima in seconda categoria. Pogba non è in overdose, tranquilli. Ha appena finito di vedere una puntata del Grande Fratello." This post includes a photo of two football players in mid-air, one with his fist to the other's kidney. It has 193 likes and 6 comments.
- Post 2 (March 13):** "Ricordate: Muntari ha sempre ragione." This post includes a photo of Sulley Muntari in action. It has 266 likes and 20 comments.
- Post 3 (March 12):** "Milan, Muntari: "Agli ottavi vorrei l'Atletico, sono i più deboli"" This post includes a photo of Sulley Muntari. It has 14,12,2013 08:18 di [Pietro Lazzarini](#) articolo letto 10027 volte and 2 comments.

6. Meglio non comunicare che comunicare male

La presenza muscolare
non paga più:
meglio la qualità
(con ritmo)

Comunicare poco e bene

Eccezion fatta per alcune tipologie di mittente che ha bisogno, per sua natura, di comunicare con regolarità (*ad esempio i quotidiani online, le pagine delle PA, i candidati in campagna elettorale...*), non è necessario aggiornare la pagina con tempi fissi e serrati.

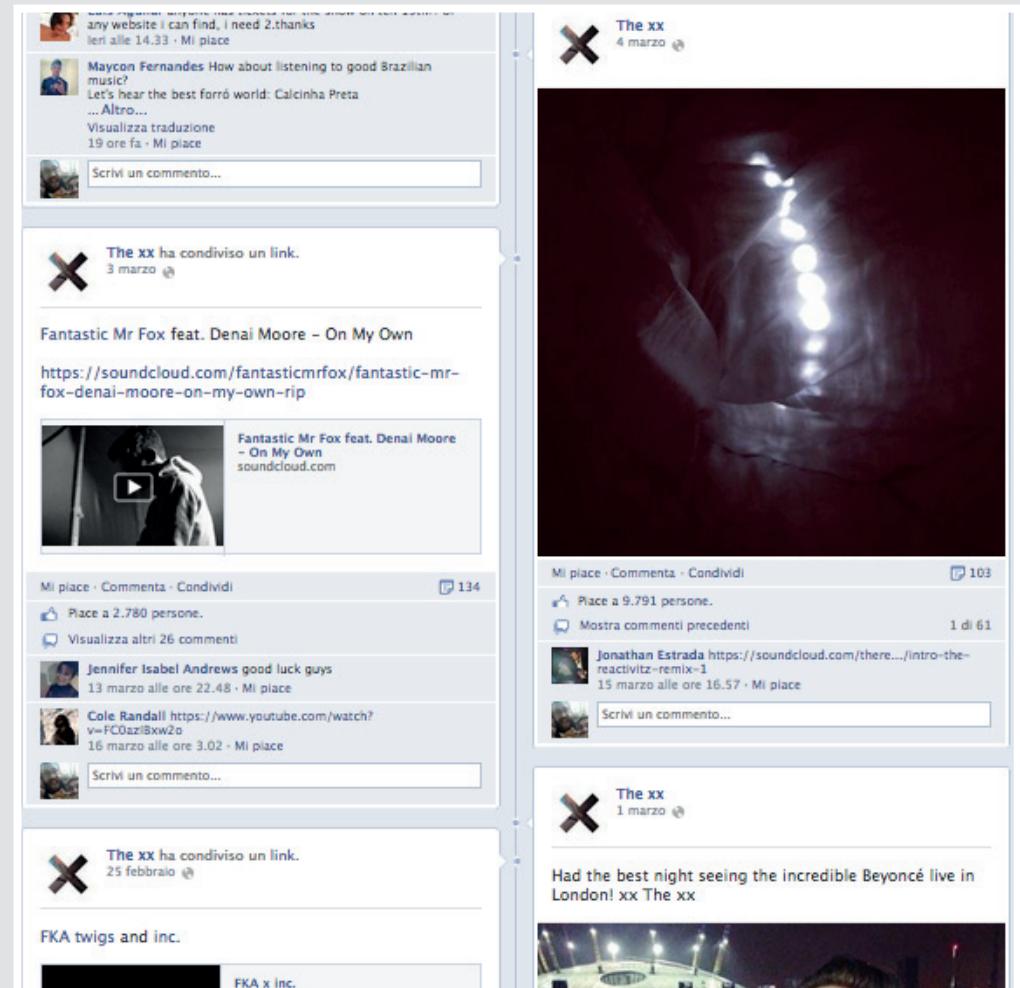
Non ci si può permettere il lusso di abbandonare una pagina per troppo tempo (troppo tempo = pochi giorni), ma allo stesso tempo si deve **evitare** nel modo più assoluto di **comunicare pur di comunicare**, di scrivere qualsiasi cosa, anche se inutile, pur di muovere la pagina.

Dunque è **meglio fare poco e molto bene**, che molto ma in modo mediocre.

Comunicare poco e bene

Pagina Facebook dei The XX

aggiornata da loro in prima persona
 (3.1 milioni di like a marzo 2014)
 ([pagina qui](#))



7. Ricicla i contenuti dai mezzi tradizionali

I social media
sono come i maiali:
non si butta via niente

Ricicla dai media tradizionali

Dare notizie in **anteprima** è la vera chiave di volta per il tuo **successo** sui social media ([punto 2 del decalogo](#)).

Allo stesso tempo **ogni apparizione** pubblica sui mezzi tradizionali (interviste, ospitate televisive, partecipazione a eventi) deve essere rilanciata in modo sistematico sui tuoi canali di comunicazione con **il miglior contributo possibile**:

se c'è un video efficace, priorità assoluta al video, altrimenti andrà bene ciò che c'è.

L'importante è non perdere l'occasione per aumentare la visibilità di una tua apparizione pubblica, dando l'occasione di **condividere un tuo contenuto interessante ed efficace a chi ti sostiene**.

Ricicla dai media tradizionali

Matteo Salvini

segretario della Lega Nord

(84mila like a marzo 2014)

(pagina [qui](#))



Matteo Salvini ha condiviso un link.
2 ore fa.

Prima dell'Euro Germania e Italia avevano lo stesso tasso di disoccupazione: dopo 12 anni di moneta unica, la Germania si ritrova più ricca, mentre da noi la disoccupazione è alle stelle. Qualcuno crede ancora alla FAVOLA di un Euro che porta vantaggi a tutti???



Confronto Italia-Germania: 12 anni fa uguale disoccupazione, oggi no! 13% e loro 5,5%
www.youtube.com

Matteo Salvini ospite della trasmissione Agorà il 18 marzo 2014.

Mi piace · Commenta · Condividi 142

Piace a 809 persone.

Mostra commenti precedenti 1 di 107



Errico Mario Starace dov'eravate 12 anni fa quando siamo entrati nell'euro e quando berlusconi firmava il fiscal compact ? adesso fai parlare anche a Claudio Borghi nei tuoi comizi x prendere voti ?
8 minuti fa · Mi piace

8. Non aprire troppi canali social se non sai come gestirli

*Don't believe the hype:
in Italia, quasi sempre,
bastano Facebook, Twitter e Youtube*

Non aprire troppi canali

La tentazione di avere una presenza su tanti social media

(e seguendo le mode del momento)

è forte, perché è certamente necessario essere sempre al passo con le novità.

Una presenza scientifica su troppi canali è però impossibile, a meno che non si è in grado di sostenere economicamente **una redazione all'altezza del compito**.

Anche aprire un proprio profilo su un canale e abbandonarlo dopo pochi mesi è errato, perché si dà l'idea di non avere cura neanche per la propria immagine personale.

La stragrande maggioranza degli italiani online è su Facebook, Twitter e Youtube:

al momento non ti serve altro.

Non aprire troppi canali

Barack Obama

presidente USA

Ha solo quattro canali
di comunicazione personale
(link al sito [qui](#))

ABOUT <hr/> Organizing for Action Barack Obama Frequently Asked Questions Careers	CONNECT <hr/> Facebook Google+ Twitter YouTube	ISSUES <hr/> Climate Gun violence prevention Health care Immigration Jobs and the economy Stand with women	IN LOVING MEMORY OF ALEX OKRENT <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> Follow @BarackObama </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Like 39m </div>
---	--	--	--

9. Rispetta l'algoritmo

Facebook ha i suoi
“trucchetti” tecnici: imparali
(ma fatti condizionare
fino a un certo punto)

Rispetta l'algoritmo

Senza che l'algoritmo di Facebook diventi una malattia

**(conta sempre di più cosa dici,
rispetto a come lo dici, per fortuna),**

è importante che tu sappia che:

- quanto **più un utente interagisce** con la tua pagina (mi piace, commenti e condivisioni), tanto più spesso lui vedrà i tuoi contenuti;
- quanto più un contenuto attrae interazioni, **tanto più sarà visibile** sulle home degli utenti;
- prima i contenuti più visibili erano gli ultimi in ordine di tempo, **ora sono più importanti le interazioni**;
- **foto, video e link sono più “virali”** rispetto al passato.

Rispetta l'algoritmo

Dati Ignite Social Media

sul calo della portata
di 21 grandi brand americani
(approfondimento [qui](#))



Teorie del complotto?

Null'affatto: tralasciando il fatto che qualunque proprietario di una pagina Fan è stato in grado di verificare "sulla propria pelle" il declino della portata dei propri contenuti, alcune ricerche hanno istantaneamente certificato l'**ecatombe di visibilità**.

Page	Change in Organic Reach after 12/1	Change in # of Engaged Users
Brand A	-36.1%	-26.2%
Brand B	-66.7%	-14.5%
Brand C	-28.9%	+0.7%
Brand D	-24.2%	-7.5%
Brand E	-23.1%	-6.4%
Brand F	-31.3%	-55.5%
Brand G	-51.0%	-55.3%
Brand H	-87.8%	-73.1%
Brand I	-52.0%	-58.9%
Brand J	-45.8%	-39.6%
Brand K	-46.3%	-24.9%
Brand L	-58.6%	-55.5%
Brand M	-17.2%	-52.8%
Brand N	-86.2%	-76.6%
Brand O	-63.5%	-57.5%
Brand P	-72.0%	-10.6%
Brand Q	-37.6%	-15.8%
Brand R	-43.5%	-46.0%
Brand S	-48.7%	-64.2%
Brand T	-16.2%	15.3%
Brand U	+5.6%	-0.1%
AVERAGE	-44.3%	-34.5%

L'agenzia **Ignite Social Media** ha analizzato il reach di 689 post pubblicati da **21 brand** importanti, prendendo come lasso di riferimento la prima settimana di dicembre e come termine di paragone la portata media delle 21 pagine Fan. Beh, il risultato non lascia adito a diverse interpretazioni: 20 pagine su 21 hanno visto crollare la portata dei propri post; **se prima un post compariva su 16 News Feed ogni 100 fan, ora raggiunge solo 3 fan su 100**; uno dei brand presi in esame ha addirittura visto crollare il reach dei propri post dell'88%.

10. Una volta che hai iniziato, non puoi fermarti (senza danni)

Se ti fai sentire solo quando
hai bisogno degli utenti,
gli utenti ti abbandoneranno presto

Se inizi, non puoi fermarti

Essere sui social media

non è obbligatorio (ma poco ci manca).

Questo vuol dire che esserci comporta sia oneri che onori.

Un onore è la regolarità.

Non c'è niente che faccia indispettire un utente (di una pagina pubblica, anche di un personaggio famoso) quanto

**un'attivazione della pagina
circoscritta solo ad alcuni momenti**

(quando si è in televisione, quando si chiede loro di votarli per qualche motivo, quando si fanno solo offerte commerciali).

Questo modo di utilizzare i social media è esattamente il contrario di ciò che si dovrebbe fare. Solo una cura quotidiana della relazione tra te e i tuoi sostenitori potrà portarti a risultati apprezzabili.

Esattamente come fai con tutti i tuoi amici “veri”.

Se inizi, non puoi fermarti

Matteo Renzi

presidente del Consiglio dei Ministri

Tweet del 18 marzo alle 7:24

(tweet originale [qui](#))



Matteo Renzi @matteorenzi · 13 h
Ci sono, ci sono. Ho twittato un po' meno in questi giorni, ma ci sono. Ora al lavoro a #palazzochigi

Riduci

RETWEETS 739 FAVORITES 1.535

07:24 - 18 mar 2014 · Dettagli

Conclusione

**“La paranoia uccide la conversazione.
Questo è il punto.
Ma la mancanza di conversazione
uccide le aziende”.**

[Cluetrain Manifesto](#), 1999

Grazie.

Proforma srl

bari 70122 - via putignani, 141 - tel 0805240227 - fax 0800999044

roma 00184 - via iside, 12 - tel 0699920746 / 0699920744 - fax 1782225320

 facebook.com/proformaweb  [@proformaweb](https://twitter.com/proformaweb)  youtube.com/proformaweb

proforma@proformaweb.it

www.proformaweb.it

