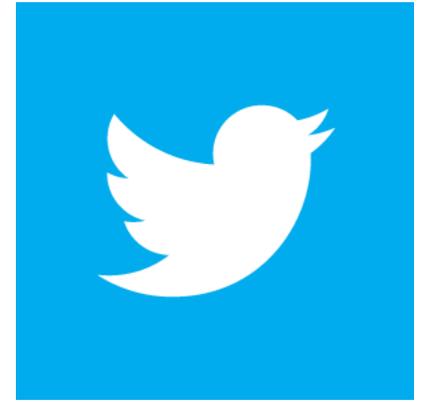


# **Ecceellenze in digitale**

**Social network:  
differenze e consigli per  
ottenere maggiore visibilità**

**A cura di Isabella Carlone**



**facebook**®



# Cos'è Facebook?

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- f** È un social network nato nel 2004 che prende spunto da degli elenchi, distribuiti in alcune università statunitensi, con nomi e fotografie di studenti per far sì che socializzassero all'inizio dell'anno accademico.
- f** Nel 2014 conta 1,35 miliardi di iscritti, di cui 25 milioni solo in Italia.
- f** Oltre al profilo personale, è anche possibile creare delle pagine specifiche per diverse esigenze (aziende, organizzazioni, no-profit, ecc.).



# È meglio il profilo o la pagina?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Per un'azienda è meglio la pagina perché...

Usare il **profilo** per le aziende è **contro il regolamento di Facebook** (rischio di perdere improvvisamente tutto il contenuto del profilo)

Permette l'accesso ad analisi, statistiche e report che servono ad ottimizzare la gestione (**Insights**)

Permette di fare **pubblicità** aziendale **a poco prezzo**, tramite inserzioni e post sponsorizzati



Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

# Come faccio a migrare dal profilo alla pagina?

- 1) Vi collegate a Facebook col vostro profilo aziendale e cliccate sul seguente link <https://www.facebook.com/pages/create.php?migrate>.
- 2) Scegliete il tipo di pagina in cui trasformare il tuo profilo cliccando su uno dei pulsanti presenti al centro della pagina e continuate la registrazione seguendo le indicazioni ([Immagine 1](#)).



Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



Cerca persone, luoghi e oggetti



Home 3



### Trasforma il tuo diario personale in una Pagina

La tua immagine di profilo sarà usata sulla tua nuova Pagina e tutti i tuoi amici diventeranno automaticamente persone a cui piace la tua Pagina. Nessun altro contenuto sarà trasferito. Potrai ancora accedere a Facebook con il tuo indirizzo e-mail e la password attuali. [Maggiori informazioni o inizia scegliendo un tipo di Pagina di seguito:](#)



Impresa locale o luogo



Azienda, organizzazione o istituzione



Marchio o prodotto



Artista, gruppo musicale o  
personaggio pubblico



Intrattenimento



Causa o comunità

Ecco nello specifico la schermata che vi apparirà quando deciderete di far migrare il profilo in pagina aziendale. Scegliete la categoria che rispecchia meglio la vostra attività («impresa locale o luogo» è quello più indicato per le piccole aziende) e continuate con la compilazione dei dati.

Immagine 1

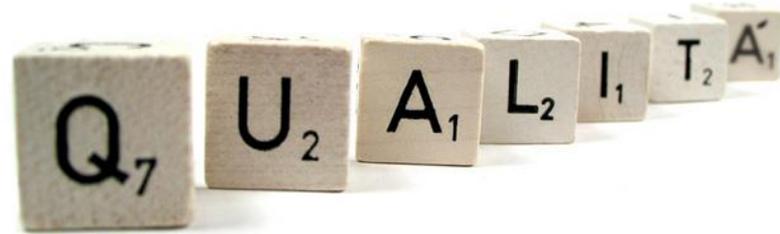


# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



Mostrate ai vostri fan che dietro alle vostre creazioni ci sono la **qualità** e la **professionalità**. Ad esempio, potreste pubblicare dei consigli su come fare manutenzione dei vostri prodotti (trattare il legno/la ceramica/il vetro, ecc.) o dei piccoli trucchi del vostro mestiere che possono suscitare interesse. Ciò vi permetterà di far conoscere indirettamente il vostro lavoro e i vostri prodotti e di non far recepire i vostri post come SPAM (= pubblicità spazzatura), bensì come valore aggiunto.



# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



**1)** Fornite **sufficienti informazioni** riguardo alla vostra **azienda**: descrivete con precisione la vostra attività per fornire agli utenti tutte le informazioni utili per essere contattati e trovati (sito web, email, numeri di telefono ma anche indirizzo della sede fisica -se presente- e orari di apertura).

**2)** Scegliete **un'immagine di profilo e di copertina adatte** per dare una buona impressione quando l'utente visiterà per la prima volta la vostra pagina. Come immagini di copertina sono soprattutto indicate quelle piene di colori, con volti di persone e di estensione orizzontale; mentre per quelle del profilo sono preferibili figure chiare, nitide e che ben rappresentino l'azienda (consiglio perciò di mettere il vostro logo).

**3)** Date alle persone un motivo per seguire la vostra pagina, ovvero **fate dei piccoli regali** (coupon o prova gratuita del vostro servizio) per invogliare i visitatori a mettere «mi piace!» e crearvi così una rete di fan. Create delle promozioni esclusive per gli attuali e per i futuri fan della pagina di Facebook, e aumenterete l'attenzione e la fidelizzazione nei confronti della vostra attività.



# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**4)** Le persone diventano fan della vostra pagina perché principalmente vogliono avere **informazioni** e **novità** riguardanti l'azienda, oppure per sapere se ci sono **sconti**, coupon o **offerte speciali in esclusiva per loro**. Pubblicare quindi contenuti inerenti alla vostra attività, altrimenti rischiate infastidire un utente con aggiornamenti inutili e poco graditi. Questa accortezza serve per evitare che l'utente vi elimini dalle pagine di interesse, ma che continui a seguirvi con attenzione.

**5)** Per tenere viva l'attenzione dei fan ed interagire con loro, **fate delle domande interessanti e divertenti**, a cui è possibile rispondere in maniera semplice (anche solo con una parola). Mi raccomando, **rispondete sempre alle loro domande e ai loro commenti, anche** a quelli **negativi** instaurando un dialogo educato e –se necessario- scusandosi. I messaggi di pubblicità/spam siete invece liberi di cancellarli.

**6)** **Siate** il più **concisi** possibile: gli utenti non hanno sempre voglia di leggere contenuti lunghi e noiosi, perciò cercate di pubblicare post che siano sempre brevi, chiari e diretti e limitarsi a 2-3 volte al mese per creare contenuti/articoli più articolati.



# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



7) Ogni volta che fate un **aggiornamento di stato**, includete un'**immagine** inerente alla vostra azienda o al vostro territorio, così da invogliare eventuali condivisioni da parte dei vostri fan.

8) Con la funzione **traguardi** potete raccontare la storia o i momenti fondamentali della vita della vostra azienda. Così anche i vostri fan vedranno i miglioramenti, i successi o gli obiettivi raggiunti e potranno gioirne assieme a voi (possibilmente condividendo l'immagine o il piccolo video che correlerete all'evento da voi descritto).

The image shows a screenshot of the Facebook interface. On the left, the 'Evento, traguardo +' button is circled in red, with a red arrow pointing to the right. On the right, the 'Traguardo' form is visible, featuring a blue flag icon and the text 'Traguardo Oggi'. The form includes fields for 'Titolo (facoltativo)', 'Luogo (facoltativo)', 'Quando' (set to 2014, novembre, 17), and 'Notizia (facoltativo)'. To the right of the form are two buttons: 'Scegli dalle foto...' and 'Carica foto...'. At the bottom, there is a checkbox for 'Nascondi dalla sezione Notizie' and 'Salva' and 'Annulla' buttons.



# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**9)** Postate **contenuti** (immagini, video, articoli, link) **creativi e originali**, soprattutto **quando i vostri fan sono online**. Per sapere questo dato, basta andare alla voce **Post** nella sezione **Insights** (**Immagine 2**) a cui potete accedere non appena avrete raggiunto almeno 30 fan. Cercate di variare il più possibile, per non annoiare il vostro target.

**10)** Per smuovere ulteriormente la vostra pagina, potete **indire un contest** che stimoli all'azione e alla condivisione dei fan con i propri amici. I contest vertono principalmente su 3 temi: fotografico, video e concorso a premi.

Per creare un concorso su Facebook ci sono delle regole; ecco il link con tutte le informazioni necessarie. [http://www.facebook.com/promotions\\_guidelines.php](http://www.facebook.com/promotions_guidelines.php)

**11)** **Sponsorizzate i post che volete mettere in rilievo** (vi spiegherò meglio come fare ciò tra qualche slide).

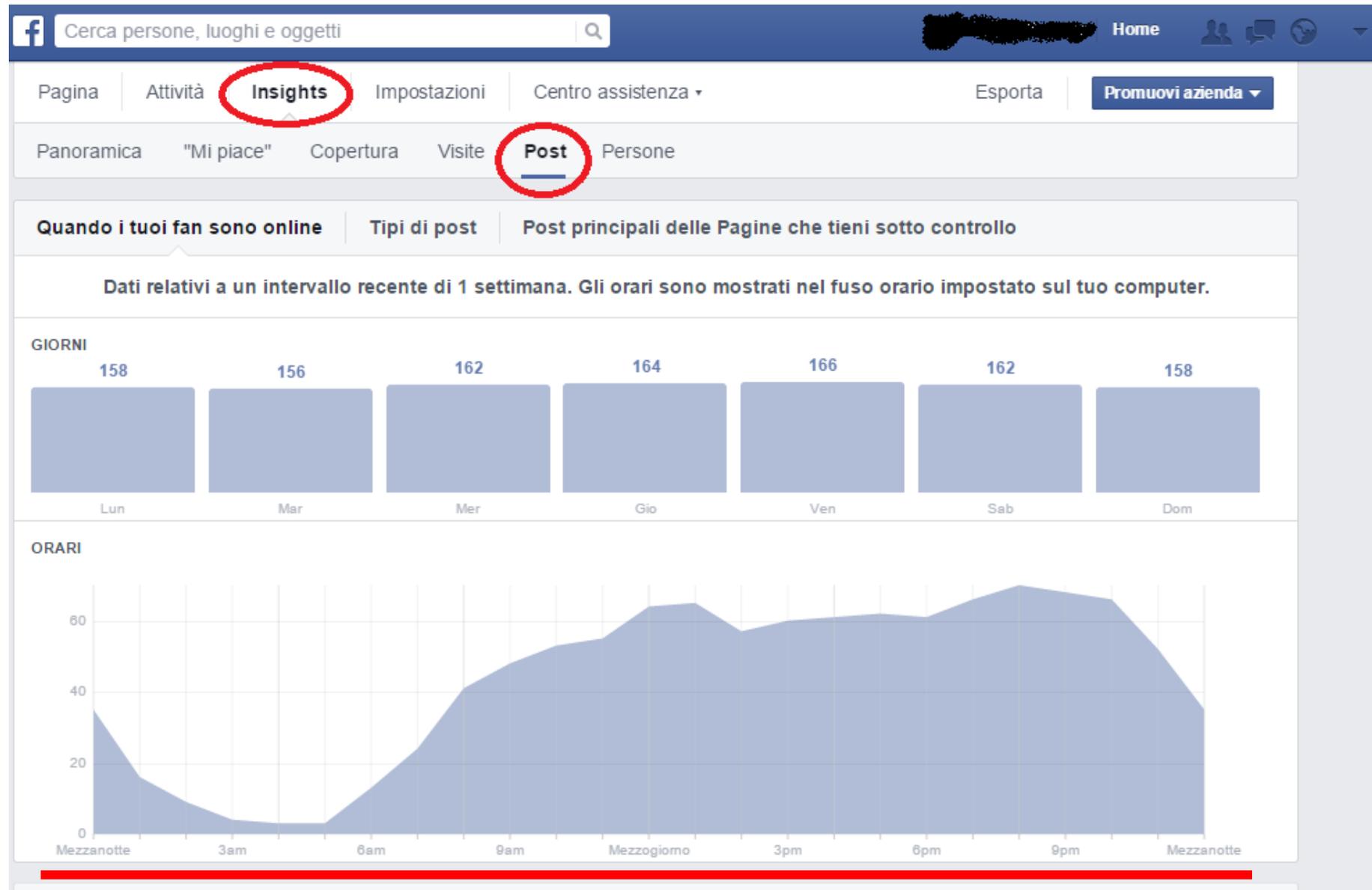


# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo





# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**12)** Saper usare al meglio la già citata sezione **Insights** è **fondamentale**: infatti solo monitorando e comprendendo i comportamenti e le risposte dei vostri fans, potrete migliorare i vostri post e renderli ancora più efficaci.

Con lo strumento di marketing, **Insights** è infatti possibile:

- sapere il numero di «Mi piace» totali;
- vedere quante persone parlano di questo argomento e la portata totale settimanale;
- una panoramica su tutti i post che pubblicate;
- analizzare i vostri post, dettagli e prestazioni, in modo da poterli ottimizzare;
- conoscere la copertura (= numero di utenti individuali che hanno visualizzato il vostro post);
- gli utenti coinvolti (= numero di utenti che hanno cliccato sul vostro post);
- persone che hanno parlato di quest'argomento (= numero di persone che hanno creato una notizia partendo dal vostro post, cioè che hanno cliccato “Mi piace”, commentato o condiviso il post in bacheca (share), risposto ad una domanda o ad un invito per evento);
- conoscere il sesso, l'età e la provenienza dei vostri fan (questo serve soprattutto per eventuali inserzioni/post sponsorizzati, utilizzando anche eventuali lingue straniere).



# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

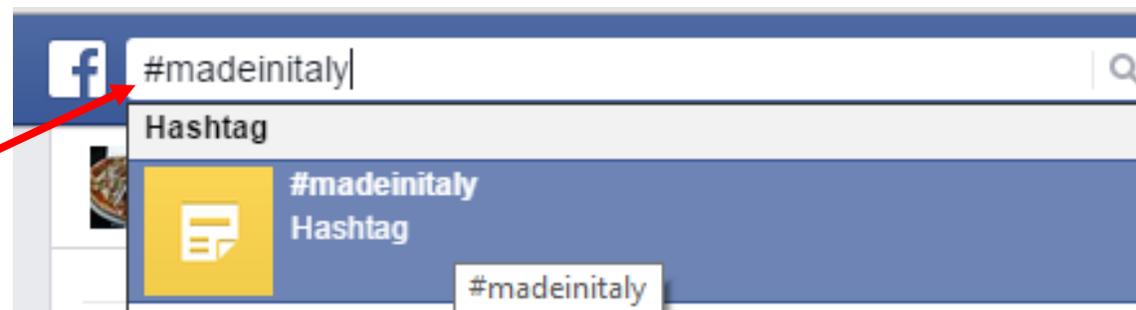


**13)** Per rendere i vostri contenuti rintracciabili da tutti e non solo dai vostri fan, potete includere nelle vostre descrizioni i famigerati **hashtag**, ovvero quelle parole chiave precedute dal #, che servono a trasformare argomenti ed espressioni in link cliccabili nei post sulla vostra pagina. In questo modo le persone potranno trovare i post relativi agli argomenti di loro interesse; quando cliccate su un hashtag, vengono filtrati i post che lo usano.

**Mi raccomando:** gli hashtag devono essere scritti come parole singole, senza spazi (mi raccomando però di lasciare lo spazio tra un hashtag e l'altro, es. #madeinitaly #interiordesign); essi possono contenere numeri, ma non segni di punteggiatura né caratteri speciali (come \$ e %).

Per trovare gli hashtag più di tendenza, **usate la barra di ricerca** nella parte superiore di qualsiasi pagina: se apparissero tanti post, significa che è un hashtag vincente, mentre se ce fossero pochi conviene scartarlo. Non limitatevi solo all'italiano, ma provate a sbizzarrirvi con altre lingue straniere, soprattutto con l'inglese dato che la logica dell'hashtag è americana, quindi più utilizzata e compresa nei paesi di lingua anglofona.

Non dimenticate di includere l'immane #madeinitaly 😊





# Cose da fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**14)** Quando potete, ricordate di **menzionare altre fan page** con cui collaborate con la chiocciola @ (ad esempio, fate un post sulle cucine Scavolini e nella descrizione metterete @Scavolini). Così facendo, il vostro post apparirà anche nella fan page appena menzionata e avrete più visibilità.

Dopo la @, cominciate a digitare la pagina che volete menzionare e, appena la trovate, cliccateci sopra. Un post ben pensato ed equilibrato con @ e # di rilievo, avrà più probabilità di essere visto e condiviso.

The screenshot shows a Facebook post with the text: "Avete ancora dubbi su quale sia la #cucina più amata dagli italiani? Ma ovviamente è #Scavolini! @Scavo". Below the text, a dropdown menu is open, listing several Scavolini-related pages. A red arrow points to the top entry, "Scavolini", which has 307,695 likes and is categorized as "Arredamento". Other entries include "Scavolini STORE Perugia" (5 likes, 798 likes), "Scavo della 'terramara' di Pilastrì" (13 likes, 1,250 likes), "Federico Scavo" (66,625 likes, Musicista/gruppo musicale), and "Scavolini Store Urbino" (1 like, 138 likes).



# Cose da non fare

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



1) Pubblicare **ESCLUSIVAMENTE** foto dei propri prodotti, per evitare un effetto «vetrina». E' giusto mettere in risalto i prodotti nuovi, ma si deve anche cercare di creare contenuti originali e accattivanti per tenere viva l'attenzione e aumentare il coinvolgimento dei fan. Altrimenti, a lungo andare, le persone potrebbero stufarsi nel vedere sempre lo stesso tipo di post.

2) **Non gestite la pagina aziendale come se fosse il vostro profilo personale**, quindi evitate di pubblicare argomenti di carattere politico-sociale o di cadere nel sentimentalismo.

3) **Evitate** inoltre di scrivere intere descrizioni o stati in **caps lock** (= maiuscolo) per non risultare troppo aggressivi o fastidiosi (questa è una regola della *netiquette*, ovvero il Galateo che un utente deve rispettare online 😊).



# Quanti post pubblicare?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

- 1) Non superare i due/tre post al giorno al massimo.
- 2) Non scendere sotto i quattro/cinque post a settimana.
- 3) Non abbandonare la pagina a se stessa, per non dare la sensazione di trascuratezza.



# Sponsorizzare i post

Eccellenze in digitale



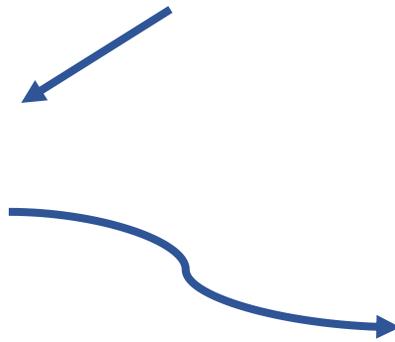
Camera di Commercio  
Cuneo

**1) Costa decisamente meno** rispetto alla pubblicità tradizionale (giornali e tv) e agli stand nelle fiere, che spesso non danno nemmeno la dovuta visibilità in rapporto al prezzo pagato.

**2) Serve per arrivare a più persone in maniera targetizzata**, favorendo così le interazioni social della vostra pagina e far parlare della vostra azienda (ad es. se la vostra pagina ha sui 400-500 fan, i post che pubblicherete saranno visibili solo nella home page di una cinquantina di essi).

Investendo tra i 5 e i 10€ per ogni post (ritenuto utile) che pubblicherete...

Le visualizzazioni dei post saliranno ad alcune migliaia



Possibilità che aumenti la condivisione social dei vostri contenuti

Più interazioni ci saranno e più il vostro sito web (collegato alla vostra pagina FB) migliorerà il posizionamento nei motori di ricerca.



# Sponsorizzare i post

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

**3)** E' ovviamente **opportuno testare l'efficacia di questi investimenti pubblicitari** in uno specifico lasso di tempo, utilizzando una somma minima accettabile (per esempio 2-300€ per un mese o due). Questo consiglio è indirizzato soprattutto a quelle aziende che hanno come obiettivo quello di «fare branding», ovvero far conoscere il proprio marchio e far aumentare la visibilità.

**4)** Chi invece fosse interessato a pubblicizzare i propri articoli o servizi in modo diretto, non è necessario sponsorizzare ogni post che pubblicherete, ma **valutare di volta in volta se investire o meno un piccolo budget per ampliare il pubblico** (questo lo deciderete aiutandovi con la sezione Insights di Facebook -per individuare in quale fascia oraria c'è più traffico dei fan- e con Google Trends per sapere com'è l'interesse e la ricerca degli utenti nei confronti dei prodotti che trattate nell'arco dell'anno).



Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Scrivete il post che volete sponsorizzare in maniera accurata (tenendo conto degli **#hashtag** e di eventuali **@tag**), lo pubblicate (ma potete anche fare questo passaggio in un secondo momento) e cliccate su «**Metti in evidenza il post**».

The screenshot shows a Facebook page for 'C'è solo un kebabbaro'. The post text reads: 'Chi non vorrebbe dargli un bel #morso? 😊 Le prime 20 persone che condividono la foto avranno una porzione di #patatine in omaggio!'. The image shows a large kebab sandwich and a pile of french fries. On the right, a sidebar shows statistics for the week: 0 'Mi piace' sulla Pagina, 1 Copertura del post, 1 Notifica, and 0 Messaggi. At the bottom, a red arrow points to a button labeled 'Metti in evidenza il tuo post per raggiungere più persone', which is also labeled 'Metti in evidenza il post'.



Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Sulla sinistra avrete l'anteprima del post, mentre a destra potrete impostare a chi indirizzare il contenuto: il luogo può essere più o meno specifico, a discrezione delle vostre esigenze e dei vostri obiettivi geografici (le persone registrate su FB con la localizzazione da voi scelta visualizzeranno il post). Potrete anche scegliere la fascia d'età e il sesso dei destinatari (dati che potete estrapolare dalla sezione **Person**e negli Insights).

The screenshot shows the Facebook 'Meti in evidenza il post' (Boost Post) dialog box. The main content area displays a sponsored post from 'C'è solo un kebabbaro' featuring a photo of a kebab sandwich and fries. The text of the post reads: 'Chi non vorrebbe dargli un bel #morso? 😊 Le prime 20 persone che condividono la foto avranno una porzione di #patatine in omaggio!'. The right-hand side of the dialog is used for targeting and is highlighted with a red box. It includes a 'Luogo' (Location) section with a 'Paesi' (Countries) dropdown menu that is open, showing options for 'Paesi' (selected), 'Regioni/province' (Regions/provinces), and 'Città' (Cities). Below this, the 'Paesi' dropdown is set to 'Italy'. The 'Età' (Age) section is set to '18 - 65+'. The 'Sesso' (Gender) section is set to 'Tutti' (Everyone). At the bottom of the dialog, there are buttons for 'Termini e condizioni' (Terms and conditions), 'Annulla' (Cancel), and 'Meti in evidenza' (Boost post).



Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Ancora, potete continuare a mirare al vostro target di riferimento, scrivendo gli interessi correlati all'azienda e al contenuto. Così, il vostro post apparirà a quelle persone che si saranno registrate su FB con i luoghi e gli interessi da voi individuati e avrete più possibilità di avere nuovi fan e condivisioni. Infine potete impostare a vostro piacimento il budget e per quanto lasciare in evidenza il post.

The screenshot shows a Facebook page for 'C'è solo un kebabbaro' with a post featuring a kebab and fries. A targeting modal is open, showing the following settings:

- Titolo:** Metti in evidenza il post
- Età:** 18 - 65+
- Sesso:** Tutti (Uomini, Donne)
- Interessi [?]:** Aggiungi 4-10 interessi...
- Budget massimo:** € 160,00
- Stima persone raggiunte:** 79.000 - 210.000 di 15.000.000. Note: Aumenta il budget o restringi il pubblico per raggiungere le persone che ti interessano realmente.
- Valuta:** Euro
- Durata:** Metti in evidenza questo post per 1 giorno

Buttons at the bottom: Termina e condizioni, Annulla, Metti in evidenza.



3

Facebook può aiutarti a raggiungere gruppi di pubblico specifici facendo riferimento ai loro interessi, alle attività, alle Pagine a cui hanno messo "Mi piace" e ad argomenti strettamente correlati. Combina gli interessi per ampliare la ricerca della tua inserzione.

Ecco nello specifico cosa si intende per **Interessi (3)** e il menu a tendina del budget **(4)**. Quest'ultimo può essere impostato a piacimento; associata al prezzo c'è anche la stima della copertura, ovvero il numero approssimativo di persone che vedranno il post sponsorizzato nella sezione Notizie.

4

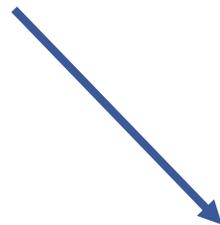
| Budget massimo | € 4,00                                |
|----------------|---------------------------------------|
| ✓ € 4,00       | Copertura stimata 2.100 - 5.400       |
| € 16,00        | Copertura stimata 8.800 - 23.000      |
| € 49,00        | Copertura stimata 27.000 - 71.000     |
| € 82,00        | Copertura stimata 44.000 - 120.000    |
| € 120,00       | Copertura stimata 63.000 - 170.000    |
| € 160,00       | Copertura stimata 81.000 - 210.000    |
| € 330,00       | Copertura stimata 150.000 - 390.000   |
| € 490,00       | Copertura stimata 200.000 - 540.000   |
| € 820,00       | Copertura stimata 300.000 - 780.000   |
| € 1.220,00     | Copertura stimata 390.000 - 1.000.000 |

Scegli il budget desiderato



## Post sponsorizzati

- Usano il conteggio PPT (Pay Per Thousand, letteralmente «Paga ogni migliaio»), ovvero l'inserzionista paga un importo stabilito per garantirsi mille visualizzazioni nelle bacheche degli utenti. Si possono quindi sì raggiungere più persone, ma non è assicurato che esse clicchino sul post, perché interessate a quello che c'è scritto.
- Si integrano meglio nel flusso di dati delle bacheche, quindi hanno più possibilità di essere visualizzati ed eventualmente condivisi.



## Inserzioni

- Usano il conteggio PPC (Pay Per Click, letteralmente «Paga ogni click»), ovvero una modalità di acquisto e pagamento della pubblicità online; l'inserzionista paga una tariffa unitaria in proporzione ai click, ovvero solo quando un utente clicca effettivamente sull'annuncio pubblicitario. C'è meno rischio di sprecare il denaro investito.
- Sono più apertamente pubblicitarie e sono posizionate sulla destra della home page (immagine nella pagina successiva). Per questo motivo, molti dicono che le inserzioni siano meno considerate, poiché il loro intento pubblicitario è più palese.



Entrambe le forme pubblicitarie offrono diverse possibilità di **definire un TARGET di utenti** per zona, sesso, età ecc. in modo che i vostri post siano visualizzati il più possibile da vostri potenziali clienti e non da persone a caso.



Eccellenze in digitale



Camera di Commercio Cuneo



Cerca persone, luoghi e oggetti



Isabella

Home

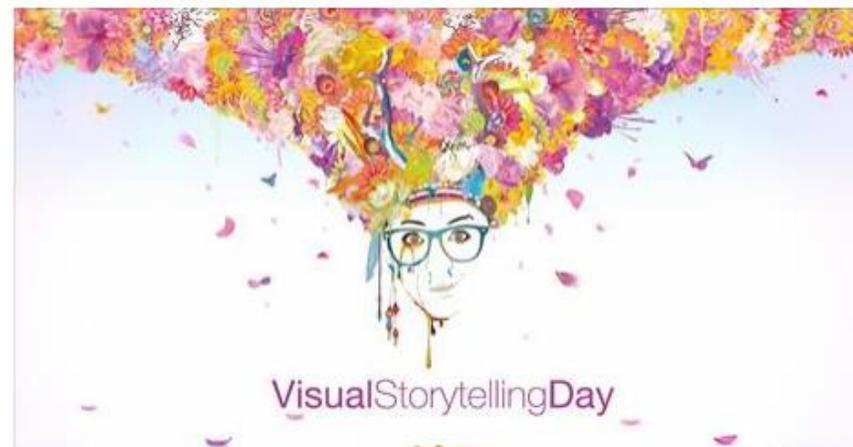


Post sponsorizzato

A [redacted] e altre 2 persone piace Studio Samo.

**Studio Samo**  
Sponsorizzata · 🌐

Sei studente o inoccupato? Per te uno sconto fino a 100€!



Visual Storytelling Day

Sei studente o inoccupato? Per te uno sconto fino a 100€!

VISUALSTORYTELLING.STUDIOSAMO.IT | DI PRAGMATIC MATES, H... [Iscriviti](#)

Mi piace · Commenta · Condividi · 👍 19 🗨️ 2 ➡️ 1

Carlo Alberto Nenni ha commentato questo elemento.



Aspetta Espera

1 h · 🌐

PAGINE CONSIGLIATE Visualizzale tutte

**A.SP.IN 2000**  
Piace a [redacted]  
[Mi piace](#)

**DIGITALmeet**  
Piace a [redacted] e [redacted]  
[Mi piace](#)

**Cosmesi EcoBio: what?**  
Piace a 599 persone.  
[Mi piace](#)

Inserzione

SPONSORIZZATA [Crea un'inserzione](#)

**ZUEGG**  
La bibanda che frutta!

**Subito in regalo 5€**

Compra i succhi ZUEGG e SKIPPER. Subito in REGALO BUONI da 5€, cumulabili fino a 30€.

**Shopping con Zuegg**  
www.zuegg.it  
Compra i succhi ZUEGG e SKIPPER. Subito in REGALO BUONI da 5€, cumulabili fino a 30€.

Ecco la differenza visiva tra post sponsorizzato ed inserzione. Su quale clicchereste? A voi la scelta su quale forma pubblicitaria di Facebook sia più adatta alla vostra attività 😊





# Programmare i post

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



Quando notate che i vostri fan sono online in un determinato orario (grazie alla sezione **Post** negli **Insights**), ma sapete di non poter pubblicare perché non avete tempo o sapete di non poter stare dietro a Facebook in quel momento, potete risolvere questo problema programmando i post.

## Come si fa?

Scrivete il testo per il vostro post, e invece di pubblicarlo direttamente, cliccate sulla freccina vicino a **Pubblica**, cliccate su **Programma Post** e impostate l'orario in cui volete effettivamente pubblicare (**Immagine 5**). Questo servizio potrà anche esservi d'aiuto per impostare un piano redazionale in mancanza di tempo: scegliete un giorno in cui avete meno impegni e vi dedicate per poche ore a questa attività. Potrete programmare i post per tutta la settimana, senza rischiare così di trascurare la pagina e ottimizzerete al massimo i tempi.



# Programmare i post

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

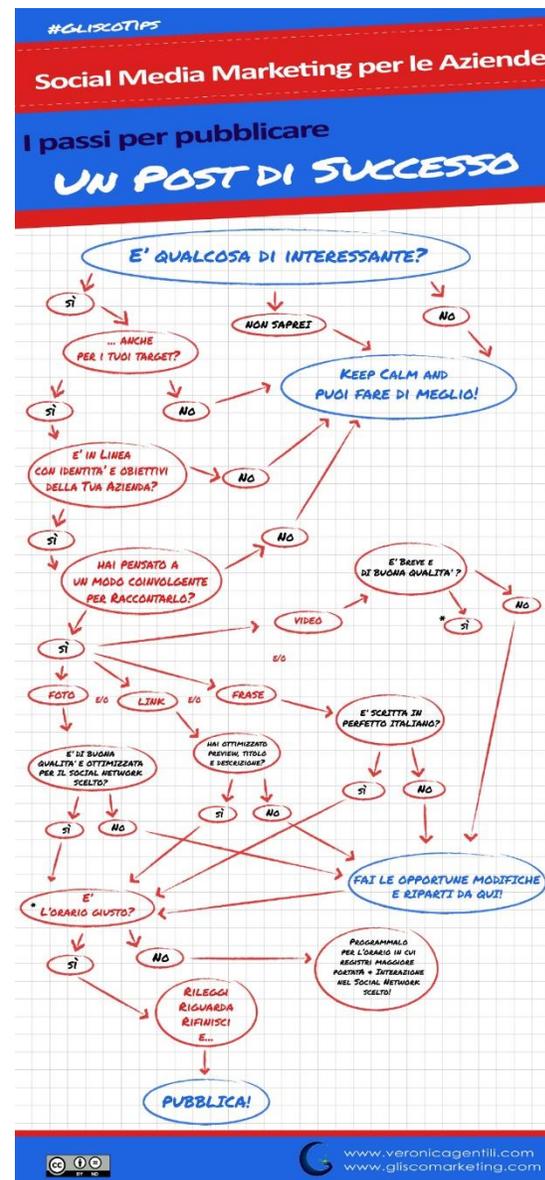
Questa è la sequenza che dovreste seguire, una volta scritto il testo per il vostro post.

Immagine 5

The screenshot shows the Facebook interface for creating a post. At the top, there's a search bar and navigation tabs like 'Pagina', 'Attività', 'Impostazioni', and 'Centro assistenza'. Below that, there's a section for 'PERSONE' with '2 "Mi piace"'. The main content area shows a post creation form with a text input field containing 'Cosa hai fatto di recente?'. Below the text field, there are buttons for 'Metti in evidenza il post' and 'Pubblica'. A red arrow points to the 'Pubblica' button. A dropdown menu is open from the 'Pubblica' button, showing options: 'Programma post' (circled in red), 'Retrodata il post', and 'Salva bozza'. The right sidebar shows 'QUESTA SETTIMANA' with '2 "Mi piace" sulla Pagina', 'NON LETTI' with '0 Notifiche' and '0 Messaggi', and 'Recenti' with '2014'.



Questo è un piccolo schema per verificare se state creando un contenuto efficace per la vostra pagina (cliccate sull'immagine per essere rimandati al sito web ed avere una migliore risoluzione).



Ma ricordate che il vero segreto per fare un post di successo è...



Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

... pubblicare contenuti che  
apprezzereste e ai quali mettereste  
un «mi piace» o che condividereste  
nella vostra bacheca 😊





# Cos'è Pinterest?

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

 Pinterest è un social network dedicato alla condivisione di immagini.

 Il suo nome deriva dal verbo **to pin** (appendere) e dal sostantivo **interest** (interesse).

 Legami basati sugli **interessi**, non sulle amicizie.

 L'interazione è principalmente visiva e di carattere ispirazionale.



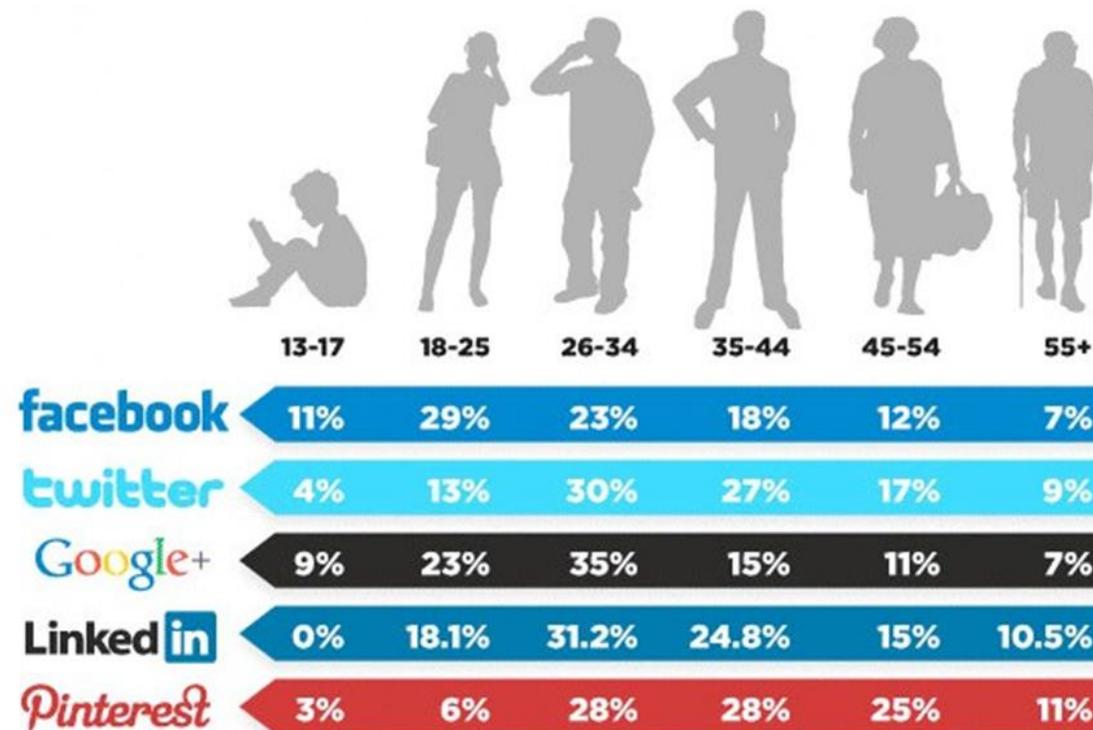
# Cos'è Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

- 70 milioni** di utenti iscritti
- 80%** degli utenti attivi è **donna**
- Fascia d'età: dai 26 ai 45 anni





# Cos'è Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

## Cosa fanno gli utenti su Pinterest?



## Quali sono le bacheche più seguite?





# Il glossario di Pinterest

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

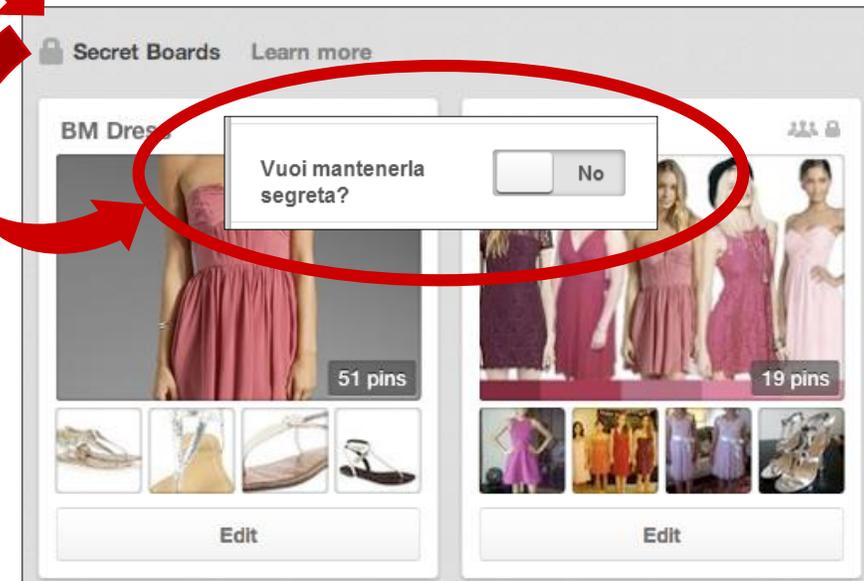
 **PIN:** come vengono chiamate le immagini su Pinterest

 **BOARD/BACHECA:** cartella in cui organizzare i pin in base ad un argomento specifico

**BOARDS  
PUBBLICHE**



**BOARDS  
PRIVATE**





# Il glossario di Pinterest

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio Cuneo



**RICH PIN:** pin arricchiti da informazioni

Pin it 392 Like 124 Website Share



**PB and J Banana Pancakes**  
Vegetarian • 20 mins to make • Serves 4  
Delish

| Produce      |                       | Cooking & Baking |                   |
|--------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| 1            | Banana                | 1 1/2 cup        | All-purpose flour |
| Refrigerated |                       | 1 tsp            | Baking powder     |
| 2            | Eggs, large           | 1/2 tsp          | Baking soda       |
| Condiments   |                       | 1/4 cup          | Granulated sugar  |
| 1/2 cup      | Peanut butter, creamy | 1/2 tsp          | Kosher salt       |
| 1/2 cup      | Strawberry jam        | <b>Dairy</b>     |                   |
|              |                       | 1 cup            | Whole milk        |

Pin it 66 Like 10 Website Send



**EKTORP Corner sofa 2+2 slipcover, Svanby gray**  
\$299  
IKEA US



# Il glossario di Pinterest

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**ARTICLE PIN:** non solo foto, ma anche **articoli** delle pagine web

Pin it Like Website Send



Visit theguardian.com

**Brazil's controversial plan to extricate the internet from US control**

by Amanda Holpuch

the Guardian

President Rousseff expected to bring the conversation about the continued role of US-based supernetworks to the UN this month

Read this on the Guardian



# Il glossario di Pinterest

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**RELATED PIN:** per trovare altri pin che potrebbero interessarti

**About this Pin**

This Pin is from a board that has some of the same Pins as your **Adirondacks of NY** board.

Adironda

Vve  
My

Rate this Pin!

Related Pin



# Il glossario di Pinterest

Eccellenze in digitale



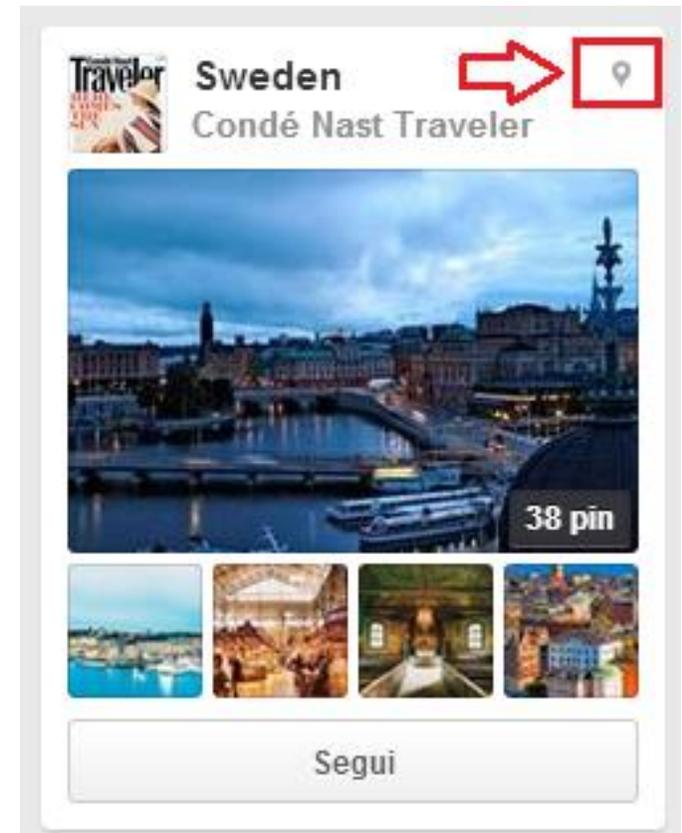
Camera di Commercio  
Cuneo



**PLACE PIN:** per “mappare” le immagini su una cartina virtuale. La principale funzionalità delle bacheche di luoghi, è quella di assegnare una posizione geografica ai pin. Potrebbero essere utilizzate per pinnare i luoghi più belli della vostra città o paese, ma anche i negozi che vi piacciono in giro per il mondo, ricordi dei vostri viaggi preferiti, eccetera.

| Crea una bacheca      |  |
|-----------------------|--|
| Nome                  | <input type="text" value="Come Luoghi da visitare"/>       |
| Descrizione           | <input type="text" value="Di cosa tratta la tua bacheca"/> |
| Categoria             | <input type="text" value="Che tipo di bacheca è?"/>        |
| Aggiungere una mappa? | <input type="checkbox"/> No                                |

Le bacheche di luoghi hanno un piccolo puntatore nell'angolo in alto a destra, come nell'immagine qui a fianco.





# Il glossario di Pinterest

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**PROMOTED PIN:** pin pubblicitari a pagamento. Grafica simile ma con aggiunta di **tag e informazioni supplementari** che mettono in evidenza la sua natura

The screenshot shows a Pinterest board with several pins. The central pin is titled "Hanging camping lantern" and is from "Julie's Outdoor Supply". This pin is circled in red. Below the pin, the text "Promoted Pin" is visible. An "About this pin" tooltip is open, stating: "This pin is from Julie's Outdoor Supply. It's showing up here because Julie's Outdoor Supply paid to have it placed where you'd be more likely to notice it." Other pins include "Must carry all the things!" by Ryan Probasco and "Ash Huang To Tahoe!".



# Come usare Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Isabella Carlone



Create a board like "To Try in 2015"

**Bacheca pubblica**

Mantieni segrete alcune bacheche : solo tu (e le persone che inviti) potete visualizzare queste bacheche. [Ulteriori info](#)



Crea una bacheca segreta

**Bacheca privata**

**1)** Andate sul vostro profilo e decidete se creare una bacheca pubblica (in alto) o privata (in basso).



# Come usare Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

### Crea una bacheca

Nome: Eccellenze in digitale

Descrizione: Raccolta di foto rappresentanti le eccellenze artigiane presenti sul web.

Categoria: **Che tipo di bacheca è?**

- All'aperto
- Animali
- Architettura
- Arredamento d'interni
- Arte
- Auto e moto
- Bambini
- Capelli e bellezza
- Celebrità
- Cibo e bevande
- Citazioni
- Design
- Fai da te e hobby
- Festività ed eventi
- Film, musica e libri
- Fotografia
- Geek
- Giardinaggio
- Idee per il 2015

Aggiungere una mappa?

Vuoi mantenerla segreta?

Chi può aggiungere Pin?  
Ulteriori info

Annulla Crea bacheca

2) Compilare i diversi campi in modo da creare una bacheca soddisfacente e facile da etichettare (mi riferisco in particolar modo a «Che tipo di bacheca è?» sotto la voce *Categoria*) per favorirne la ricerca da parte di potenziali utenti interessati.



# Come usare Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

**3)** Una volta creata la bacheca, potete cominciare ad aggiungere delle immagini (pin) da web o dal vostro dispositivo.

## Eccellenze in digitale

Raccolta di foto rappresentanti le eccellenze artigiane presenti sul web.





# Come usare Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

4) Potete anche svolgere un'azione di **RE-PIN**, ovvero la condivisione delle immagini di altre bacheche sulla propria.



### Scegli una bacheca

Bacheca:

Descrizione:



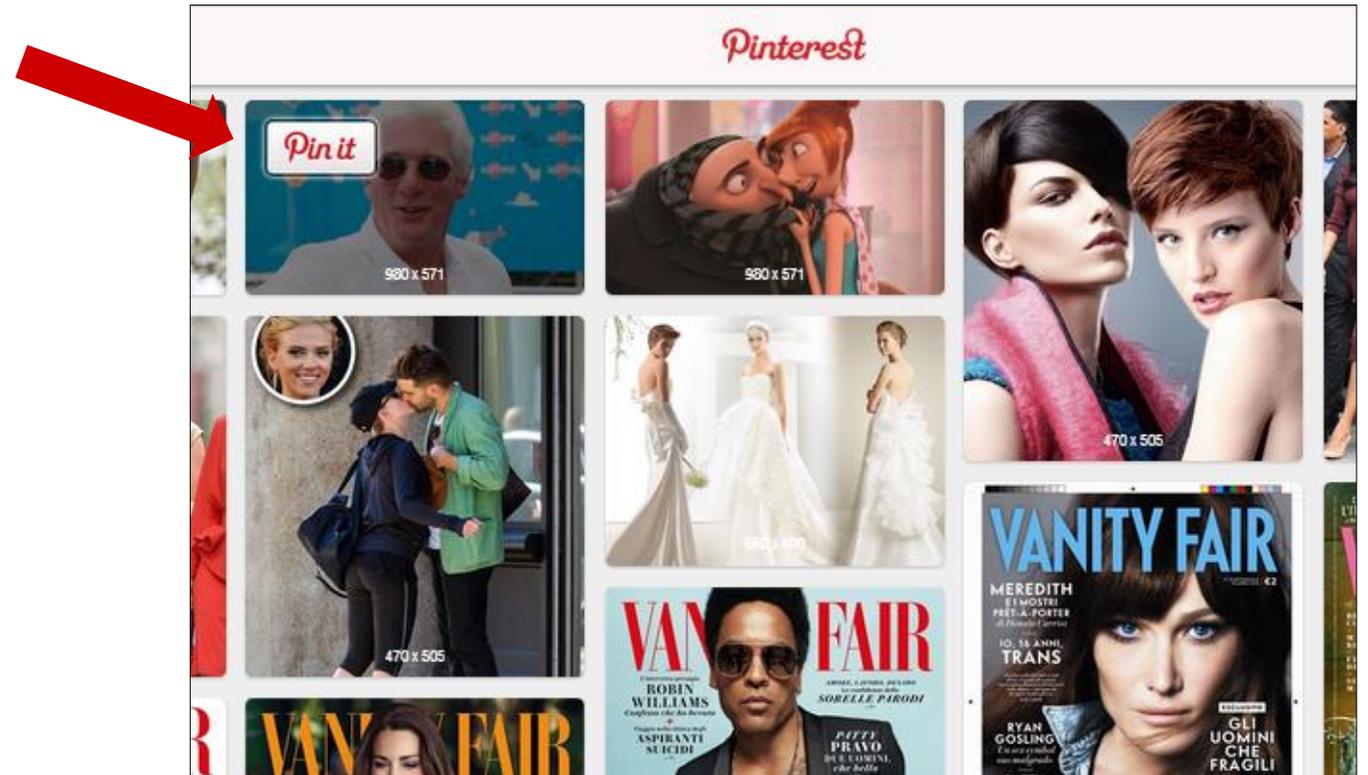
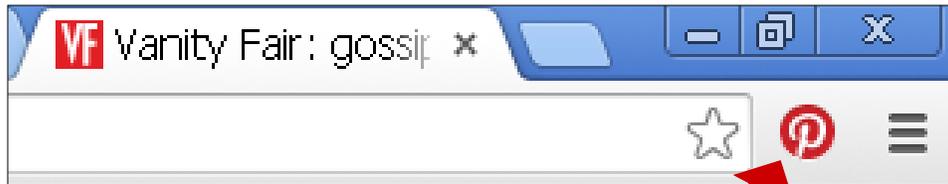
# Come usare Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

5) Potete pinnare direttamente sulle vostre bacheche delle immagini trovate in rete attraverso il pulsante **PIN IT**.



Link utile: [Guida per installare il Pin Button](#)



# Come usare Pinterest?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

6) Date un'occhiata alle **CATEGORIE** per scoprire tanti nuovi pin e fate delle ricerche più specifiche nell'apposita barra.

The screenshot shows the Pinterest interface for a user named Isabella. A red arrow points to the hamburger menu icon in the top left corner, which has opened a category menu. The menu lists various categories such as 'Feed home', 'Popolari', 'Tutto', 'Regali', 'Video', 'Bacheche di luoghi', 'All'aperto', 'Animali', 'Architettura', 'Arredamento d'interni', 'Arte', 'Auto e moto', 'Bambini', 'Capelli e bellezza', 'Celebrità', 'Cibo e bevande', 'Citazioni', 'Design', and 'Fai da te e hobby'. Another red arrow points to the search bar at the bottom of the page, which contains the search terms 'legno' and 'riciclato'. Below the search bar, there is a row of category buttons: 'Ideas', 'Pallets', 'Wood', 'Outdoor', 'Design', 'Bedrooms', 'Beds', 'Furniture', 'Rustic', and 'Love'. At the bottom of the page, there is a footer with links for 'Informazioni', 'Blog', 'Per le aziende', 'Offerte di lavoro', 'Sviluppatori', 'Rimozioni', and 'Privacy e Termini'.



# Pinterest for business

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

-  Promuovere la **notorietà** del marchio (brand awareness).
-  Aumentare il **traffico** al proprio sito.
-  Osservare i trend e gli interessi degli **utenti**.
-  Studiare i propri **concorrenti**.
-  Parlare della propria azienda e dei suoi **valori** in modo indiretto.
-  Annullare la distanza azienda/cliente = **interazione diretta**.
-  Contenuti facilmente condivisibili, anche attraverso altri social (**cross promotion**).



# Pinterest for business

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

- 📌 Quando si crea un account personale, bisogna inserire il proprio nome e cognome. Creando un profilo business si potrà, invece, inserire un nome commerciale per la vostra attività e il nome della persona che gestisce il profilo.
- 📌 Se avete creato un account business per la vostra attività, potrete inserire un **sito internet** e seguire il processo per verificarlo e dimostrare così agli utenti che il vostro account è quello ufficiale. Oltre a ciò, avere la possibilità di inserire l'URL del vostro sito web permette di ottenere nuovi visitatori dal social network e aumentare il traffico.



Registrazione account business <https://business.pinterest.com/it>



Guida [Pinterest Business](#)



Verificare [account aziendale](#)



# Consigli d'uso

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

-  **Aggiornare** le bacheche frequentemente, ma senza esagerare!
-  **Comunicare** e instaurare delle relazioni con i followers (commenti, like ai loro pin, re-pin) e ringraziarli quando ripinnano i vostri pin.
-  Inserire una **call-to-action** nelle immagini, per invogliare la partecipazione e la condivisione. Per creare ulteriore interazione, si suggerisce la creazione di bacheche condivise e di contest.

*Pin it to  
Win it!*



# Contest

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



Attenzione a rispettare le **regole** dei contest su Pinterest!

## NON E' POSSIBILE

- Indicare che Pinterest sostiene o sponsorizza il contest;
- Chiedere ai partecipanti di pinnare una collezione di immagini (sito o lista di pin);
- Far pinnare ai partecipanti le regole del contest;
- Incoraggiare lo spam, chiedendo ai partecipanti di commentare;
- Organizzare un contest che preveda l'iscrizione tramite pin, bacheche, like o follow;
- Chiedere di votare con un pin, una bacheca o con un like;
- Richiedere un numero minimo di pin.



# Consigli d'uso

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

 Le bacheche devono mostrare gli **aspetti inediti** di un'azienda (valori, stili di vita, ecc...).

 Create contenuti **pinnabili** (tutorial, quote), attraenti e interessanti.

 Date un **volto** alla vostra azienda.

 No all'autoreferenzialità, sì all'**ascolto**.

 Evitate l'autopromozione: **Pinterest non è un catalogo!**



# Consigli d'uso

Eccellenze in digitale



Google

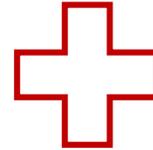


Camera di Commercio  
Cuneo

 Promuovete i vostri prodotti, senza dimenticare di far **divertire** gli utenti.



 Aggiungete **valore** nelle vostre bacheche.



 Gli utenti che tipo di foto preferiscono? Quali *pinnerebbero* di più?  
[Ecco 8 consigli su ciò che i pinner guardano con più attenzione!](#)





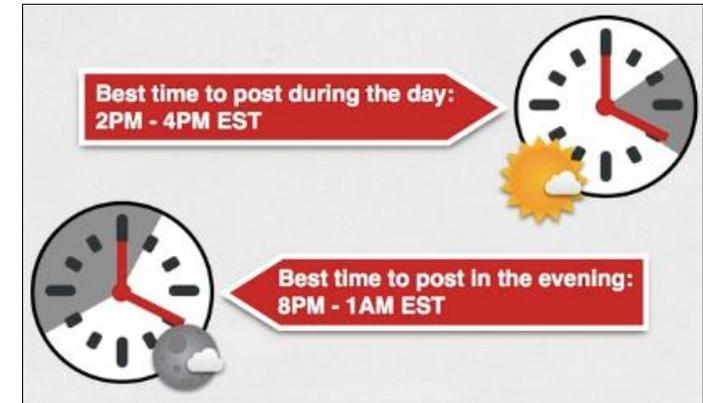
# Curiosità...

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

 Le **fasce orarie** ideali per pinnare sono dalle 14.00 alle 16.00 e dalle 20.00 all'1.00.



 Pinterest porta **più traffico** al sito di Twitter e LinkedIn messi insieme.

 In media, su Pinterest 1 utente su 5 **acquista** i prodotti che ha pinnato.





# GUIDA A Pinterest PER IL TUO BRAND

SMART TIPS

9  
SUGGERIMENTI  
UTILI

#1

## IL NOME È TUTTO!

SCEGLI CON CURA IL NOME DELLE TUE BOARD  
ENFATIZZA I BENEFICI DEI TUOI CONTENUTI

#2

## Usa Pinit!

AGGIUNGI I TUOI PIN MENTRE NAVIGHI SUL WEB  
[HTTP://ABOUT.PINTEREST.COM/GOODIES/](http://about.pinterest.com/goodies/)

#3

## NON SOLO REPIN

SE NON HAI TEMPO DI SCEGLIERE LA BOARD E LA  
DESCRIZIONE, CLICCA SU LIKE.

#4

## BE ORIGINAL

PINNA IMMAGINI UNICHE ED EMOZIONALI  
INSERISCI SEMPRE IL TUO WATERMARK

#5

## CONDIVIDITI OVUNQUE

PROMUOVI LE TUE BOARD COME UN SITO WEB  
AGGIUNGI PINTEREST ALLA TUA FIRMA EMAIL

#6

## BE SOCIAL & COMMENTA

PIÙ INTERAGISCI, MEGLIO È. COMMENTI, LIKE E  
REPIN FANNO BENE AL TUO BRAND



#7

## GIOCA CON LE PAROLE

SFRUTTA I 500 CARATTERI PER  
DESCRIVERE AL MEGLIO I TUOI  
PIN E SFRUTTA GLI HASHTAG

#8

## SEGUI LE STAGIONI

CREA LE BOARD A TEMA IN ANTICIPO E USA LE  
BOARD SEGRETE PER COLLEZIONARE I CONTENUTI  
IN TEMPO

#9

## E NON DIMENTICARE L'EDUCAZIONE

UN GRAZIE NON SI NEGA A NESSUNO ED  
È LA RISPOSTA PIÙ GRADITA AD UN REPIN.



Ecco un piccolo riepilogo con 9 consigli per usare al meglio il vostro profilo Pinterest Business.



Instagram



# Cos'è Instagram?

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- Instagram è l'applicazione mobile che consente di condividere le foto. Funziona su dispositivi Android, iOS e Windows Phone.
- È stata lanciata nell'**Apple store** nell'ottobre 2010 e un anno dopo a dicembre 2011 aveva **superato i 14 milioni** di utenti.
- Ad Aprile 2012 Facebook ha acquistato Instagram per **1 miliardo di dollari**.
- A dicembre 2014 gli utenti registrati sono 300 milioni, con un trend di circa 360 mila nuovi iscritti giornalieri, superando i 284 milioni utenti di Twitter.
- Gli utenti ogni giorno condividono **70 milioni di foto**. Il 70% degli iscritti al social network si trova al di fuori degli Stati Uniti.



# Come si installa?

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

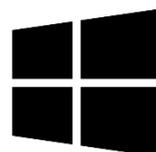
Come accennato prima, per installare Instagram è necessario disporre di un dispositivo mobile. Qui a fianco ci sono i link agli store dei diversi sistemi operativi.



Su Android: [Google Play Store](#)



Su iOS: [iTunes Store](#)



Su Windows Phone: [Windows Store](#)



# Si può usare sul computer?

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- 📷 Se ci si connette da web al sito ufficiale di Instagram, è solo possibile visualizzare le foto, mettere «mi piace» e commentare.
- 📷 App come [Pixsta](#) permettono di superare questo problema, utilizzando Instagram da desktop esattamente come si fa sul telefono. Pixsta può essere scaricata o, in alternativa, aggiunta come estensione di Google Chrome.
- 📷 Per caricare le foto da computer quindi è consigliabile scaricare un emulatore tipo [Bluestacks App Player](#) (valido **SOLO** per Android) e sincronizzare il proprio profilo Instagram, dopo aver fatto log-in col proprio account Gmail (se non ne avete uno, sarà necessario crearlo).
- 📷 Conviene quindi usarlo direttamente dallo smartphone, dato che le sue peculiarità sono l'immediatezza e l'istantaneità della condivisione in ogni momento e in ogni luogo (banda larga permettendo).



# La barra di Instagram

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



**Home page:** dove poter vedere tutte le foto, in ordine cronologico, pubblicate dagli utenti da voi seguiti



**Search:** dove poter cercare foto affini ai vostri gusti, profili di altri utenti e gli hashtag più utilizzati



**Take a picture:** da qui potete scattare una foto in maniera istantanea, oppure selezionarne una dalla vostra galleria immagini



**Notifiche:** dove potete trovare tutti i commenti e gli apprezzamenti, di altri iscritti, alle vostre foto



**Profilo personale:** in questa sezione potete vedere il vostro profilo e le foto da voi pubblicate



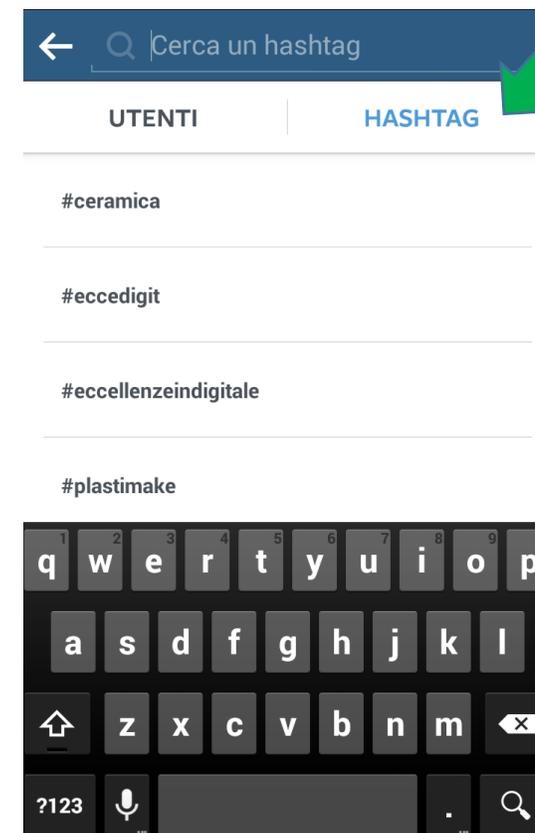
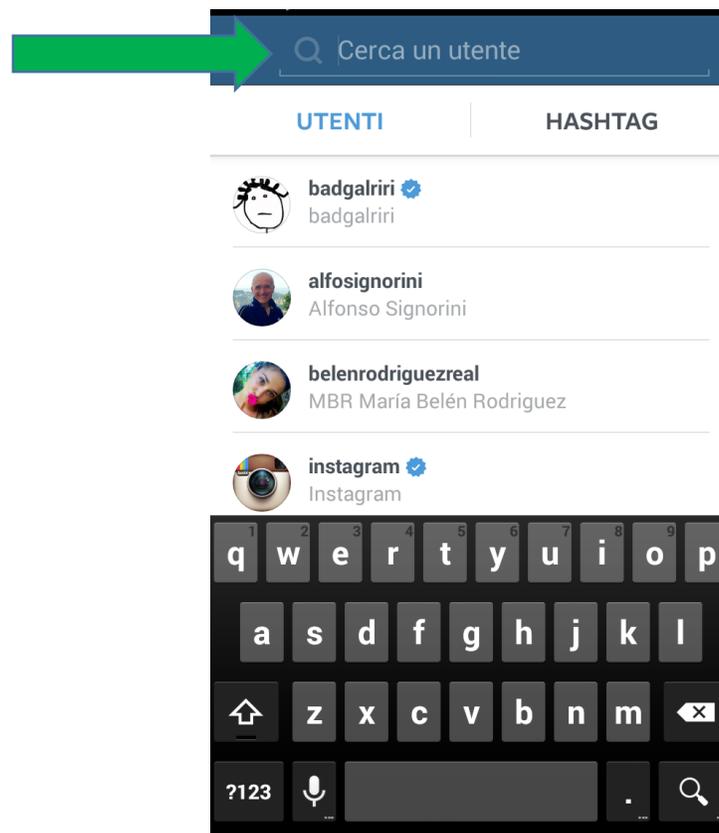
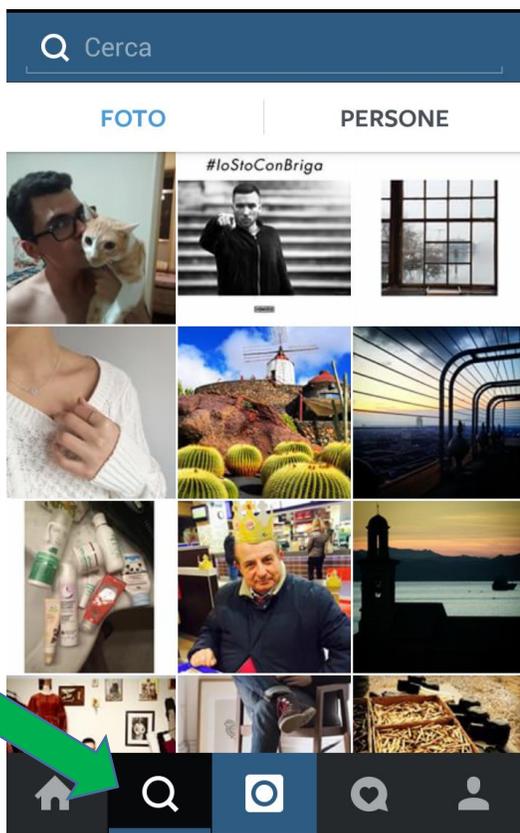


# Sezione Search

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



Se si clicca sulla sezione search, apparirà una schermata con le foto che potrebbero interessarvi in base agli utenti che seguite o alle foto che apprezzate

Se cliccate sulla barra di ricerca, potrete cercare i profili di altri utenti (**UTENTI** è infatti evidenziato d'azzurro)

Se invece volete cercare gli hashtag più in voga, dovrete cliccare su **HASHTAG** (una volta selezionato, sarà evidenziato d'azzurro)



# Sezione Take a picture

Eccellenze in digitale

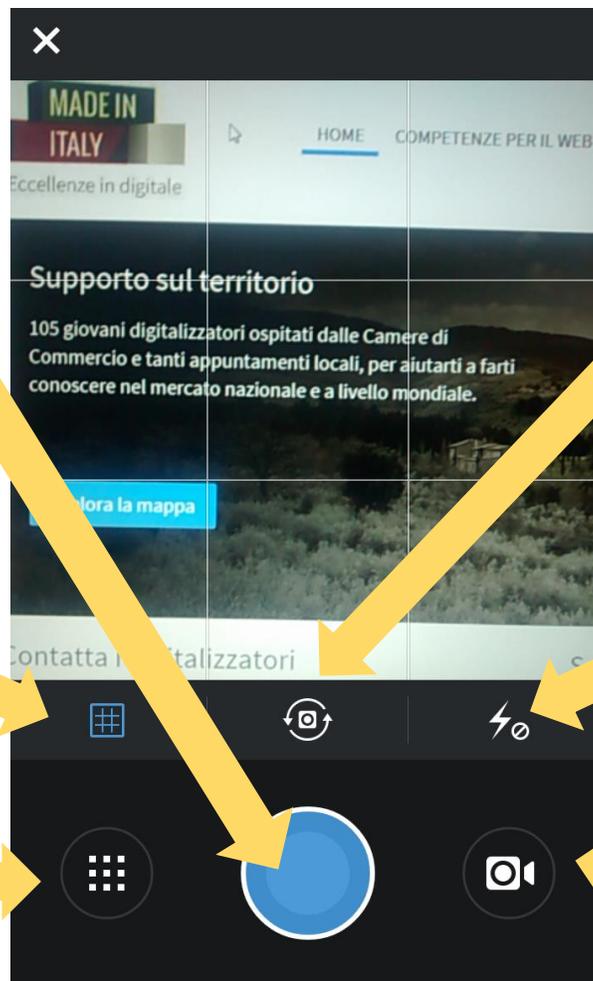


Camera di Commercio  
Cuneo

Tasto da premere per scattare una foto

La griglia serve per  
inquadrare meglio il soggetto  
della vostra foto

Da qui potete selezionare le  
immagini dalla vostra galleria



Cambio di fotocamera  
(disponibile sui dispositivi che  
dispongono di una  
fotocamera frontale)

Selezione del tipo di flash  
(disponibile sui dispositivi  
forniti di flash)

Su Instagram è anche  
possibile girare mini video da  
massimo 15 secondi



# E dopo aver scattato la foto?

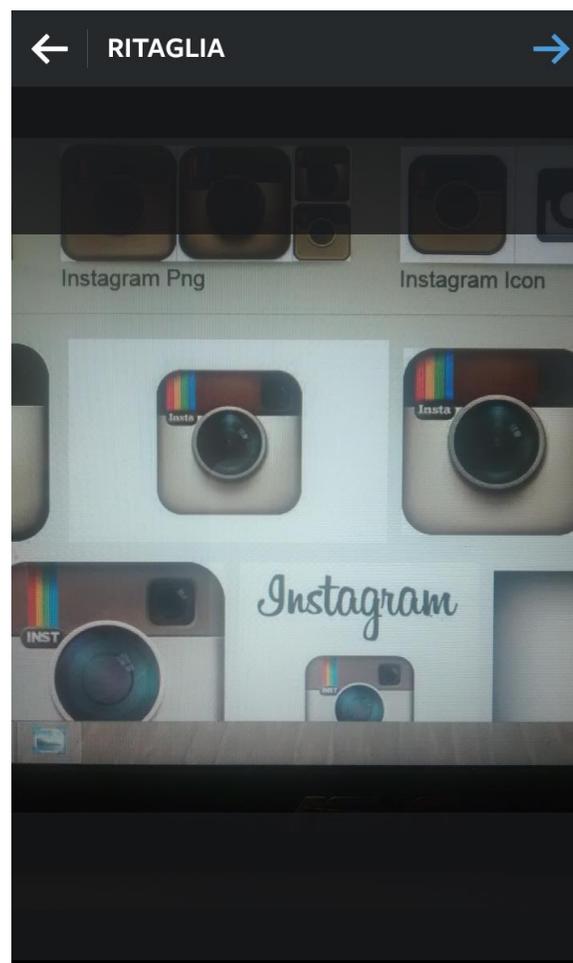
Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

## 1) Ritagliatela

Inquadrate la foto secondo le vostre esigenze e poi proseguite



Se non la volete ritagliare, è possibile scaricare gratuitamente, dal vostro store di fiducia, delle app apposite che permettono anche ulteriori personalizzazioni, con effetti e adesivi

Android

[No Crop](#)

iOS

[No Crop](#)

Windows Phone

[Instaquarer](#)



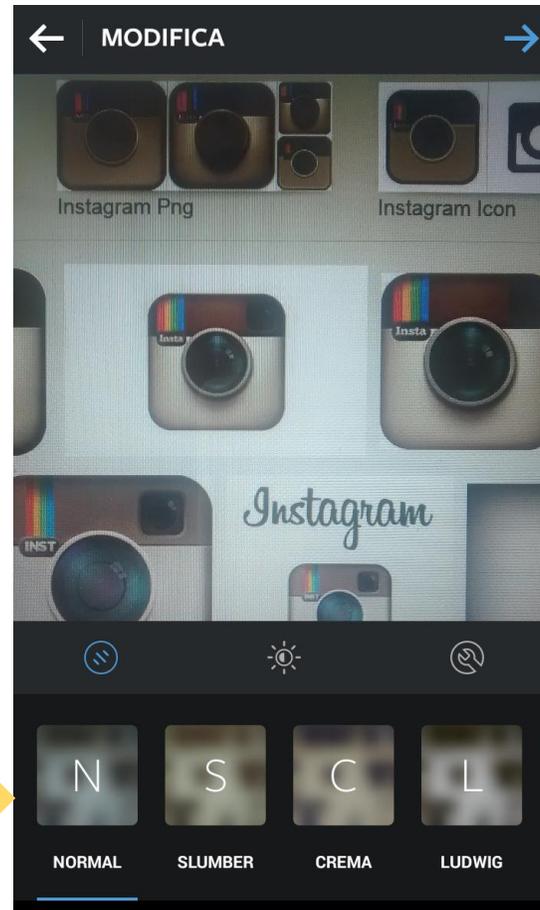
## 2) Filtro per personalizzare la foto

Eccellenze in digitale



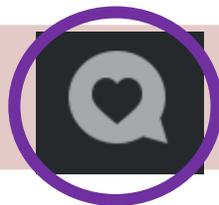
Camera di Commercio  
Cuneo

Instagram ha recentemente rimpolpato l'elenco dei suoi filtri, per un totale di 24. Se volete mantenere il colore originale, basterà selezionare *Normal* (e non dimenticate di specificarlo nella descrizione con #nofilter)



Quali sono i filtri più usati?

- 📷 Normal
- 📷 Early bird
- 📷 X-Pro II
- 📷 Hefe
- 📷 Rise
- 📷 Valencia
- 📷 Amaro
- 📷 Brannan
- 📷 Lomo-fi
- 📷 Hudson



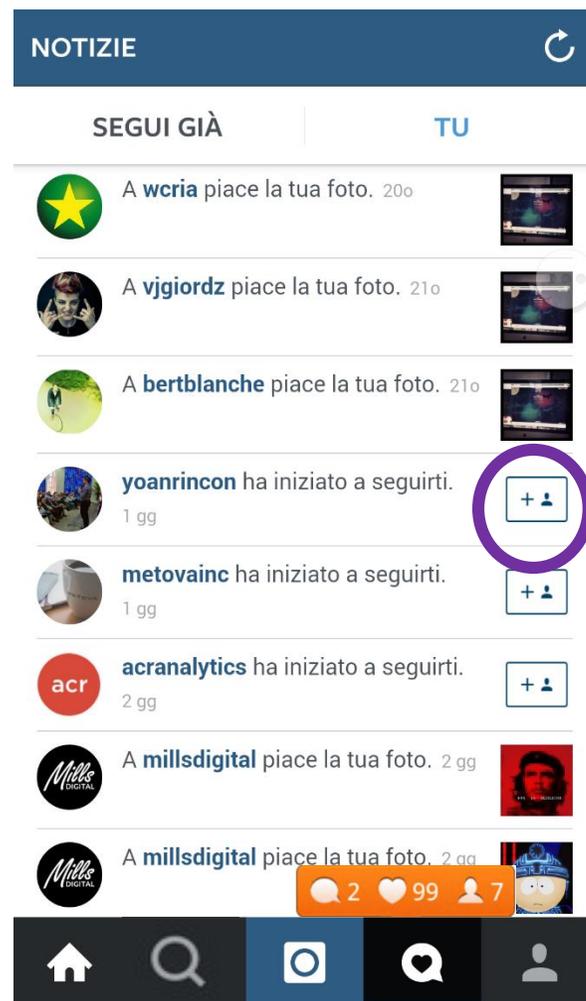
# Sezione notifiche

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Nella sezione notifiche sono riportati tutti i nuovi 'mi piace', i commenti e follower

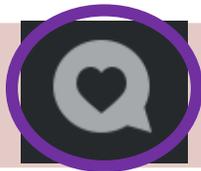


Il **'follow'** o tasto 'segui', compare nel profilo del singolo utente o nella sezione notifiche. Il numero di **'follower'** decreta la popolarità (e quindi la visibilità e le interazioni) su Instagram. Ciò non vuol dire che si debba, indiscriminatamente, seguire chiunque solo per fare numero.

Una buona strategia è quella di creare una nicchia di followers fedeli - amici, colleghi, conoscenti - cui si aggiungono persone competenti del settore, o interessanti da seguire.

Il numero di **'following'** è il numero di persone che seguite. Deve essere, in generale, equilibrato con quello dei followers per dimostrare che l'azienda è interessata a interagire con gli utenti.

Una buona tecnica è quella del 'follow back': quando qualcuno ci aggiunge, è bene ricambiare la cortesia aggiungendolo a nostra volta.



# Sezione notifiche

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



Il **'mi piace'** compare in basso a sinistra sotto la foto. Per ogni utente che fa doppio click sulla foto, si registra un'interazione che ne indica l'apprezzamento nella sezione notifiche

NOTIZIE

SEGUI GIÀ | TU

A **wcria** piace la tua foto. 20o

A **vjgiordz** piace la tua foto. 21o

A **bertblanche** piace la tua foto. 21o

**yoanrincon** ha iniziato a seguirti. 1 gg

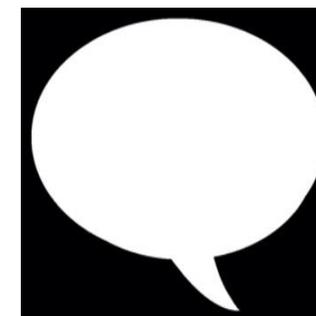
**metovainc** ha iniziato a seguirti. 1 gg

**acr** **acranalytics** ha iniziato a seguirti. 2 gg

A **millsdigital** piace la tua foto. 2 gg

A **millsdigital** piace la tua foto. 2 gg

2 99 7



Il **commento** compare in basso a sinistra sotto la foto. È sempre bene rispondere a un commento, positivo o negativo che sia. Non è solo una questione di 'etichetta social', ma anche e soprattutto un comportamento che mostra all'utente la volontà e la capacità dell'azienda di non limitarsi ad un uso statico del social, ma di essere capace e volere - piuttosto - interagire



# Profilo personale

Eccellenze in digitale  
UNIONCAMERE  
Google

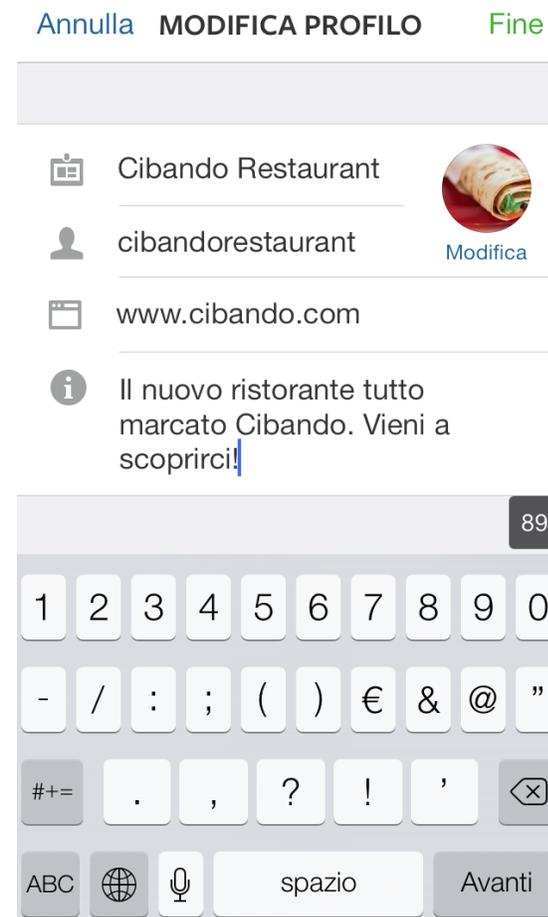


**Post:** numero di foto caricate sul vostro profilo

**Seguaci:** numero di follower

**Seguiti:** numero di profili seguiti

 : foto in cui siete stati taggati



In *Modifica Profilo*, oltre al nome e alla foto profilo, è possibile aggiungere un sito web linkabile e una breve descrizione in cui potreste inserire altri dettagli a vostra discrezione (email, pagina Facebook, ecc.).  
E' anche possibile inserire gli emoji, ovvero le faccine che sono anche presenti su Whatsapp



# Sincronizzare una pagina Facebook

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

CARLONAZZA



83 post   164 seguaci   314 seguiti

MODIFICA IL TUO PROFILO



Andate sul vostro profilo personale e cliccate in altro a destra sui 3 puntini (Android) o sull'ingranaggio (iOs), per accedere alle opzioni. Da lì cercare account collegati e selezionare Facebook

← OPZIONI

Trova i tuoi amici

---

ACCOUNT

Modifica profilo

Modifica password

Post che ti piacciono

---

IMPOSTAZIONI

Account collegati

Notifiche push



← OPZIONI FACEBOOK

CONDIVIDI SU

Diario (impostazione predefinita) ✓

[Redacted]

[Redacted]

In automatico, Instagram sincronizza il vostro profilo privato. Basterà selezionare una delle pagine, a voi associate, che compaiono sotto



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

# Hashtag

## Cos'è?

È una parola chiave o un termine, preceduto dal simbolo cancelletto, che crea una sorta di “etichetta” selezionabile. Viene utilizzato ormai in tutti i social per permettere all'utente di reperire più facilmente le informazioni di interesse attraverso la ricerca (o il semplice click)

## Quantità

L'**hashtag** è il mezzo con cui gli utenti riescono a raggiungere la nostra foto e, quindi, a interagire. In questo senso riempire la descrizione della foto con diversi hashtag assicura, senz'altro, una maggiore visibilità ma, allo stesso tempo, limita la leggibilità da parte dell'utente.

L'uso di molti hashtag, inoltre, può essere indicativo di una volontà di farsi notare a tutti i costi, e quindi, paradossalmente, può arrivare ad essere controproducente.

La migliore strategia è quella di cercare un buon equilibrio: **né troppi, né troppo pochi.**



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

# Hashtag

## *Ordine*

Inserire gli hashtag tra le altre parole nella descrizione della nostra foto può risultare fastidioso per la lettura. Una buona strategia è quella di lasciare uno spazio tra la parte descrittiva e gli hashtag, in modo da far risaltare l'elemento fondamentale del post: la foto

## *Le parole giuste*

Scrivere la parola in maniera corretta è fondamentale. Hashtag troppo lunghi o che contengono intere frasi confondono/vanificano la ricerca. Parole semplici e nel giusto ordine aprono la via per il successo

## *Italiano e Inglese*

Per raggiungere utenti di altri mercati e nazioni e dotarsi di un profilo internazionale, è consigliato usare un mix di hashtag tra queste due lingue. Ovviamente questa regola dipende da dove vi trovate, dal soggetto e dal tema. Magari nella foto c'è qualcosa di tipicamente francese. Gli #hashtag dovrebbero seguire, almeno un po', una coerenza linguistica.



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

Questi sono i 20 tag  
più utilizzati di  
sempre

## Hashtag

Usare i tag più popolari

#love #instadaily  
#instagood  
#summer #me  
#instagramhub #tbt  
#follow #cute  
#iphoneonly  
#photooftheday  
#igdaily #instamood  
#bestoftheday  
#iphonesia  
#picoftheday  
#igers #girl #tweegram  
#beautiful

Vi consiglio però di fare una ricerca più mirata sui tag, in base al vostro tipo di attività, nella sezione search e di salvarli in una **nota** sul cellulare, in modo da poterli **copiare e inserire molto velocemente** quando pubblicherete una nuova foto. Oltre ad una serie di hashtag «base», aggiungetene altri secondo il soggetto che deciderete di catturare nella foto (es. #vaso, #piatto, #mobile, #mobilisumisura, ecc.)



# Le regole d'oro su Instagram

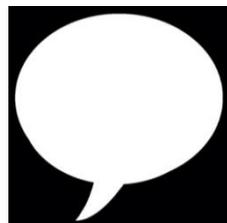
Eccellenze in digitale



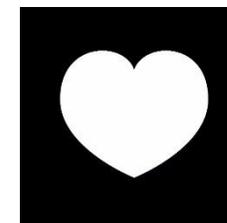
Google



Camera di Commercio  
Cuneo



Lasciate più commenti e 'mi piace'



-  Se volete far crescere il numero di follower, dovrete iniziare ad interagire con gli altri **utenti**. Sappiate che quelli di Instagram **preferiscono i commenti ai like**. Quindi, se impiegherete un po' più di tempo per lasciare commenti sui profili di altre persone, queste saranno piuttosto motivate a visualizzare il vostro profilo e a seguirvi. Un altro consiglio è quello di passare un po' di tempo a **mettere molti like sulle foto di altri utenti**, in questo modo potete garantirvi ulteriori followers.
-  Statisticamente, **ogni 100 likes** che lasciate su foto di utenti che non seguite e non vi seguono, dovrete ottenere in risposta circa **20 likes e 6 nuovi seguaci**.
-  **Interagite con gli utenti** rispondendo ai loro commenti, rivolgendo domande, chiedendo di condividere un hashtag, una foto, di essere taggati o menzionati.



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



## Quando pubblicare le foto?



-  Statistiche dicono che il miglior momento per postare le immagini coincide solitamente con le **5 di pomeriggio**, in particolar modo del **lunedì**. Quell'orario infatti rappresenta il momento di maggiore attività su Instagram, e questo si traduce in una maggiore possibilità di ottenere like e follow se postate una foto.
-  Posta le foto più belle dopo colazione, **dopo pranzo e dopo cena**: sono i momenti di maggiore attività degli utenti e genererai un numero maggiore di like.
-  Gli altri momenti migliori in cui pubblicare sono il **giovedì** e il **venerdì alle 3 del pomeriggio**.



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



## Quando pubblicare le foto?



-  Inoltre, quando si pubblica una nuova foto, il suo **periodo di efficacia** – in cui si verificano il 50% dei like e dei commenti – è di **3 ore**. Se ogni 3 ore pubblicaste una nuova immagine avreste un profilo particolarmente attivo.
-  **Non postate di notte**, la gente sta dormendo! Quando si sveglierà il vostro post sarà già stato sommerso dai post più recenti della mattinata.
-  Se avete 4 foto da pubblicare durante la giornata, **evitate di pubblicarle tutte assieme** ma distribuitele nei momenti migliori che vi ho indicato.



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



## Quali foto piacciono?



-  Mostrate il vostro **lato umano** e non vergognatevi di testimoniare quello che accade all'interno della vostra azienda. Agli utenti interessa decisamente di più, rispetto a foto non originali prese dal web.
-  Una **bella foto** vale più di mille parole. Un'alba o un tramonto suggestivi possono evocare delle sensazioni che si possono tramutare in like, oltre a raccontare i luoghi in cui è nata e si è sviluppata la vostra azienda
-  Su Instagram avete la possibilità di mostrare i **dettagli** delle vostre creazioni, che piacciono tanto agli utenti.
-  Seguite la **stagionalità**, almeno per alcuni scatti cercate di dare ai follower ciò che in fondo si aspettano. Inutile pubblicare la foto della vostra azienda innevata a Ferragosto.



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



## Cose da evitare



-  Fate attenzione a non seguire profili falsi, meglio conosciuti come **fake**. Come riconoscerli? Diffidate di quegli account che promettono following e cuoricini.
-  Evitate di mettere la **descrizione** in italiano ma **sforzatevi di scriverla in inglese**. E' inutile pubblicare foto con descrizioni italiane se poi utilizzate hashtag internazionali: state perdendo la possibilità di conquistare nuovi followers da altre parti del mondo
-  Vi consiglio di seguire e commentare gli account che troverete sotto l'hashtag "**#firstpost**". Troverete migliaia di persone che stanno postando la loro prima foto sul social network; non hanno followers e saranno più disposte a seguirvi. Commentare e seguire gli account con milioni di fan, like e commenti è inutile, perché non ricambieranno mai il tuo follow.



# Le regole d'oro su Instagram

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



## Cose da evitare



- ❌ Evitate le foto di fiori, **gattini**, cucciolini, fate, lune o boschi delle favole. Se avete un magnifico gatto, non c'è alcun problema se pubblicate una sua foto su Instagram. Ma se esagerate, il rischio è che perdiate follower.
- ❌ Non pubblicate più di **10 foto al giorno**, altrimenti molta gente smetterà di seguirvi. Scegliete le migliori e puntate sulla qualità.
- ❌ Evitate di pubblicare le foto **senza una descrizione**, altrimenti sarà difficile allargare il vostro bacino di utenti.
- ❌ Evitate **foto sgranate o troppo scure**, ma soprattutto evitate effetti e filtri troppo forti: questi possono piacere a voi ma non al vostro pubblico. Se continuate ad usare sempre lo stesso filtro e alle altre persone non piace, queste non vi seguiranno!



Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

# HOW TO TAKE A PICTURE ON Instagram

**1** FIND A PUPPY OR SUNSET.  
OR ANOTHER INSTA-WORTHY PICTURE



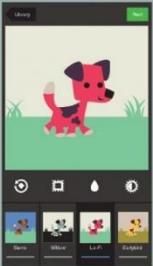
This little guy will do.

**2** TAKE PICTURE OF PUPPY.  
OR SELECT AN EXISTING PICTURE FROM YOUR CAMERAL ROLL



Press the camera button to take a picture.

**3** ENHANCE  
EVEN A MUTT CAN BE TRANSFORMED INTO A SHOW DOG WITH THE RIGHT FILTER



Scale/crop the picture and pick a filter.

**4** SHARE  
UPLOAD YOUR PICTURE TO OTHER SOCIAL NETWORKS, LIKE FACEBOOK & TWITTER



#THISISNOTMYDOG

Add a caption and tag where the picture was taken.

Google+





# Cos'è Google+?

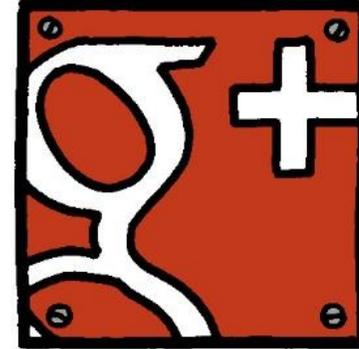
Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



- Google+ è un social network lanciato da Google nel 2011.
- All'inizio, rispetto ad altri social, c'era la novità degli *hangouts*, ovvero stanze virtuali in cui vi è la possibilità, allo stesso tempo, di scambiare files e di parlare con tutti i partecipanti della conversazione.
- Attualmente conta 2,2 miliardi di iscritti, ma lo usa attivamente solo lo 0,3% di essi ovvero appena 4 milioni di utenti. Solo l'8% ha pubblicato almeno una volta un contenuto e il più delle volte si tratta di commenti su Youtube.
- L'attivazione di un profilo G+ passa attraverso l'apertura di un account Google (è anche per questo motivo che il social conta tutti quei miliardi di iscritti).



# Google+ Local Pages

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



- Google prevede la possibilità per Brand e attività commerciali di avere una propria pagina Google+, con la differenza che per brand, artisti, organizzazioni, marchi senza un indirizzo fisico, si possono creare “pagine Google+ con il solo scopo di raggiungere follower, fan e clienti su Google”; mentre, **per le attività commerciali dotate di indirizzo e numero di telefono, Google permette di creare una pagina Google+ Local.**

- Le pagine locali includono:
  - 📍 una mappa della sede dell'attività e ne mostrano indirizzo;
  - 📍 numero di telefono;
  - 📍 orari;
  - 📍 sito web;
  - 📍 categoria.





# Google+ Local Pages

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

## Google My Business



- La creazione e la gestione di più pagine Google+ Local avviene attraverso la Dashboard **Google My Business**. La **verifica di una pagina locale**, da parte del proprietario dell'attività, è importante per fornire agli utenti informazioni accurate e aggiornate sull'attività commerciale
- Quello che i proprietari o i gestori delle Pagine (Brand o Local) possono fare in Google+ è del tutto analogo a quello che possono fare i profili utenti: aggiungere persone alle Cerchie, modificare il proprio profilo, condividere contenuti in Google+, fare +1 su commenti e foto, creare e partecipare a Hangout.

**N.B.** Una persona viene “aggiunta alle Cerchie”:

 Aggiungi alle cerchie

mentre la Pagina viene “seguita”:

 Segui



# Le Cerchie

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



Su Google+ i contatti vengono suddivisi attraverso le **Cerchie** personalizzabili, permettendo così di volta in volta a chi far vedere le notizie, le foto e i video che pubblicate (ovviamente per il profilo aziendale consiglio di pubblicare tutti i contenuti pubblicamente).

In modo predefinito sono già presenti cerchie denominate "*amici*", "*conoscenti*", "*lavoro*", "*famiglia*", "*persone che seguo*"; oltre a queste è ovviamente possibile crearne delle altre in base alle proprie esigenze.

Le persone inserite nelle vostre Cerchie verranno visualizzate nel vostro profilo Google+, a meno che scegliate di non mostrare tale informazione; mentre non verrà mai visualizzato **il nome delle Cerchie**.



# Schermata principale

Eccellenze in digitale  
UNIONCAMERE Google



Menù

Google+

Cerca persone, pagine o post

Cerchie

Tutte

Amici

Famiglia

Conoscenti

Altro

Menzioni

Notifiche

+Isabella

Aggiungi amici

Hangout

Suggerimenti

Condividi le ultime novità...

Testo

Foto

Link

Video

Evento

Sonda...



Guido Ramini

Condiviso pubblicamente - ieri alle ore #Turismo

#Lab #Abruzzo al lavoro per idee innovative sul #turismo sostenibile...

#eccedit

+Lisa Di Bello +Gianluca De Santis +Alessandra Arcese +YourAbruzzo

04/02/15  
3 foto



Potresti conoscere

Visualizza



+ Aggiungi



+ Aggiungi



+ Aggiungi



Lisa Di Bello

Condiviso pubblicamente - 14:52

#eccedit

Una piacevolissima pausa pranzo. Corso #eccedit "L'impresa formato social" +Guido Ramini +Eccellenze Indigitale



Condividi post



Menzioni (tag)

- Nei tuoi contatti
+ Aggiungi
- Università degli Studi di Urbino
+ Aggiungi

Vedi più suggerimenti



# Scrivere un post

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Oltre a scrivere il contenuto, non dimenticatevi di inserire eventuali **#hashtag** e **+menzioni**

Potete scegliere se pubblicare un contenuto pubblicamente o se indirizzarlo ad una o più specifiche cerchie

Il 16 e il 18 febbraio si terranno due giornate di formazione presso le Camere di Commercio di Cuneo ed Alba. Eccellenze in digitale non si ferma mai :) #Eccedigit #eccellenzeindigitale #cameradicommercio #Cuneo

Allega: Foto Link Video Evento Sondaggio

A: Pubblico

- Le tue cerchie
- Cerchie estese
- Amici (17)
- Famiglia (1)
- Conoscenti (0)

Condividi Annulla

Potete scegliere quale tipo di contenuto pubblicare



# Temi caldi

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Google+

## Temi caldi consigliati

Scopri post interessanti e di tendenza su Google+

#Esplora un hashtag



**penso positivo**

Condiviso pubblicamente - Ieri alle ore #Musica

Questa canzone è parte integrante della colonna sonora di The Next Three Days. Quando l'ho sentita mi è letteralmente venuta la pelle d'oca perchè accompagna musicalmente quella che è la scena  
Leggi tutto (11 righe)

Moby - Be The One (Destroyed) - Music Vi...



## Community che potrebbero piacerti:

Visualizza tutto

Cerca nelle community



**Graphic Design**

73.810 membri



Entra



**Blogger Italiani**

3 persone che conosci



Entra



**WhatsApp Italia**

4 persone che conosci



Entra

## Potrebbero piacerti



**Google Maps**

Know, share, and map y...

+ Segui



**Google**

News and updates on Go...

+ Segui



**Google Analytics**

Follow us for latest n...

+ Segui

## Segui le tue passioni

Visualizza tutto



**Giochi**

57 persone

Visualizza

BOBOS



**Arte e design**

12 persone

Visualizza



**Scienza e n...**

16 persone

Visualizza

Home

Profilo

Persone

Foto

**Temi caldi**

Community

Eventi

Hangouts

Pagine

Local

Impostazioni



## 1) Hashtag



- L'hashtag è una parola o una frase (senza spazi) preceduta dal simbolo #, ad esempio **#Eccellenzeindigitale**, che aiuta le persone a trovare e partecipare a conversazioni riguardanti un determinato argomento. Facendo clic sull'hashtag vengono visualizzati i contenuti ad esso correlati.
- Google+ si distingue dagli altri social perché, oltre agli hashtag da voi scelti, ne correla altri automaticamente (in base al contenuto da voi scritto). Questa opzione è comunque deselezionabile dalle *Impostazioni*.
- Gli hashtag da voi scelti e quelli correlati, appariranno evidenziati di grigio in alto a destra, una volta pubblicato il post.



# Le regole d'oro su Google+

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

Esplora #Eccellenzeindigitale

Cerca "#Eccellenzeindigitale" in Google+

**#hashtag  
correlati  
alla  
ricerca**

## #Eccellenzeindigitale

|              |                         |
|--------------|-------------------------|
| #MadeinItaly | #Italia                 |
| #Eccedigit   | #AgendaDigitale         |
| #Digitale    | #Digitalizzazione       |
| #Google      | #Agroalimentare         |
| #Unioncamere | #CameradiCommercio      |
| #Imprese     | #Vino                   |
| #PMI         | #Innovazione            |
| #Eccellenze  | #Web                    |
| #Impresa     | #Italy                  |
| #Artigianato | #Internazionalizzazione |



## 2) Aumentare i follower

Avere un numero alto di follower coi quali poter interagire, permette sicuramente di avere un posizionamento migliore nei motori di ricerca. Ma come si fa ad aumentarli?

↙

Sfruttate la presenza sui social per condividere la **pagina di G+** ed i vostri **contenuti** (es. inserire tab su pagina di Facebook).



↓

Mettete un link alla vostra pagina Google+ **ovunque** è consentito, inclusi i profili di altri **forum**, profili di social media e le **firme** di posta elettronica.

Usate anche il link alla vostra pagina Google quando commentate sui blog o su Youtube.

↘

Aggiungete un badge **Google+** al vostro sito web.

We're on



Add to circles



# Le regole d'oro su Google+

Eccellenze in digitale  
UNIONCAMERE Google

Camera di Commercio  
Cuneo

Google+



Communities

Consiglio che vale per tutti i social network: **interagite il più possibile con gli utenti.**  
Su Google+ potete anche farlo cercando gruppi affini al settore della vostra attività, dove è più probabile trovare i vostri potenziali follower.



## 3) Le menzioni

- Per aumentare ulteriormente la visibilità, potete menzionare delle persone influenti o altre aziende di cui magari rivendete dei prodotti (è come il tag di **Facebook**, ma al posto della @chiocciola dovere usare il **+più**).
- Se state parlando di un argomento trattato da altri utenti, **menzionateli** nel vostro post taggandoli con il +nome: riceveranno la notifica e, sentendosi chiamati **in prima persona**, risponderanno ai commenti ed interagiranno con voi.



# Le regole d'oro su Google+

Eccellenze in digitale



Google



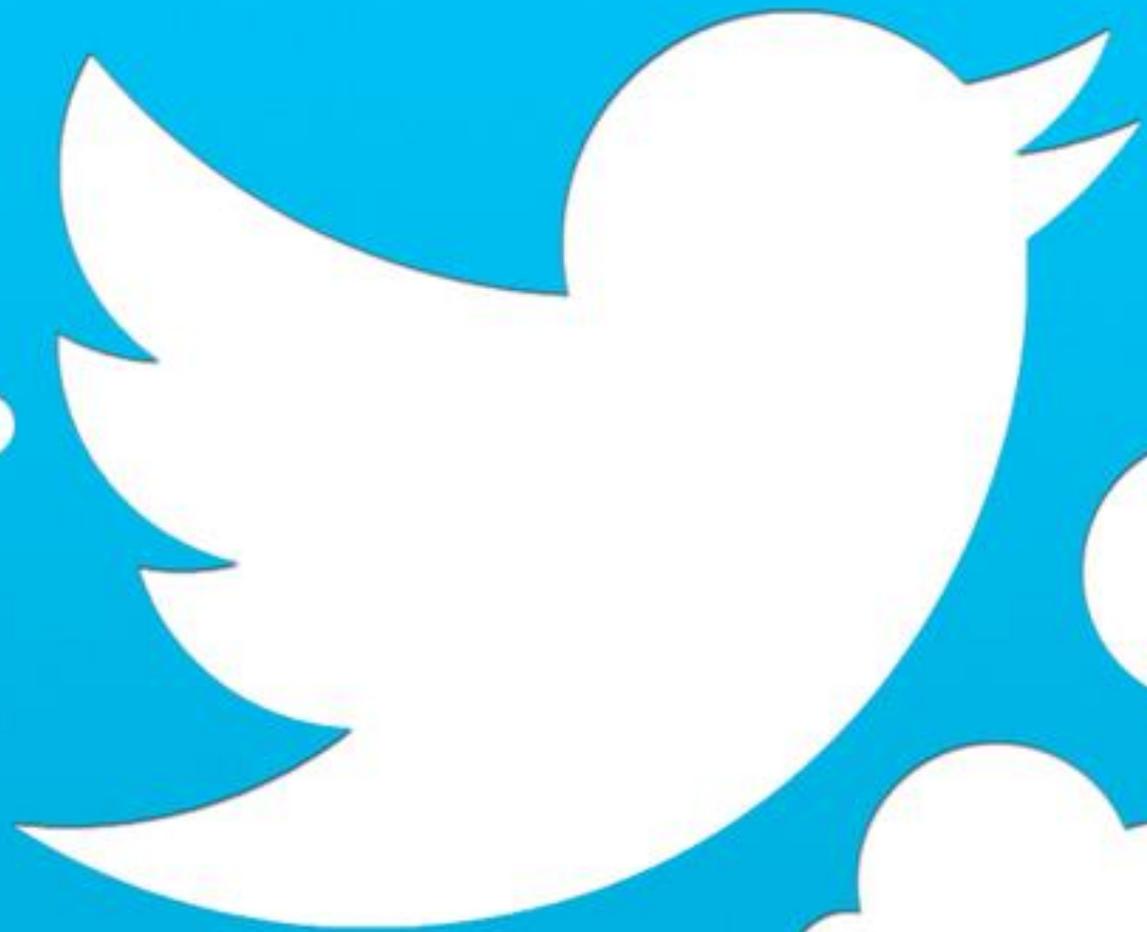
Camera di Commercio  
Cuneo

## 4) Incoraggiare a fare +1



- Il **pulsante + 1** di Google ha una **forza** non indifferente e maggiore del Like di **Facebook** perché il **numero** di tutti i **+1** raccolti sono visualizzati nei risultati di ricerca anche se non si è loggati in Google +. Consenti quindi ai vostri utenti di consigliare i contenuti alle proprie cerchie e indirizzare il traffico al vostro sito.
- Alla fine di ogni post, non dimenticate di chiedere di mettere un mi piace (ovvero un +1) nel caso sia piaciuto. Se il contenuto che avete pubblicato è di valore, non avrete problemi a ricevere apprezzamenti e condivisioni.
- Assicuratevi quindi di aver implementato [il codice del pulsante +1](#) sul vostro sito su tutte le pagine, homepage inclusa. Google+ è la migliore **“prova sociale”** che potete mostrare nei risultati di ricerca.





twitter



# Cos'è Twitter?

Eccellenze in digitale

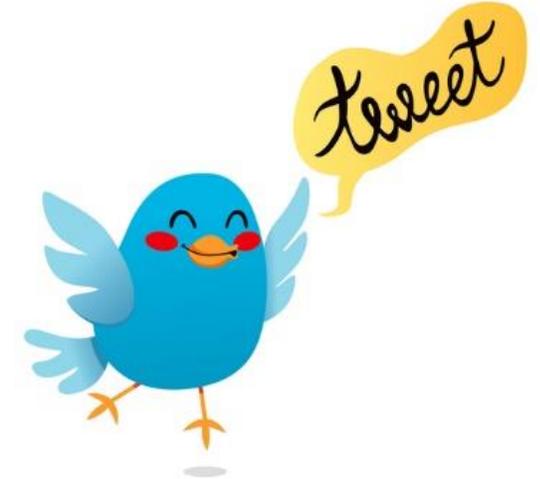


Google



Camera di Commercio  
Cuneo

-  E' un servizio gratuito di social networking e **microblogging** nato nel 2006.
-  Twitter deriva dall'inglese «**to tweet**» che significa «**cinguettare**».
-  E' possibile mandare messaggi di testo della lunghezza massima di **140 caratteri** (120 nel caso si inserisca un link o un'immagine).
-  A dicembre 2014 conta 284 milioni di iscritti.





# Perché ha successo?

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

-  I suoi punti di forza sono sicuramente l'**immediatezza** e la **semplicità** d'utilizzo e di comunicazione.
-  In diverse occasioni si è dimostrato essere un efficace strumento di **giornalismo partecipativo**, poiché ha preceduto i media tradizionali.
-  Spesso viene utilizzato da persone influenti (politici, VIP, ecc.) per comunicare in maniera rapida con le persone, permettendo dei **botta e risposta** altrimenti impossibili nella vita reale.





# Glossario

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo



**Risposta:** è un Tweet pubblicato in risposta al messaggio di un altro utente. Questa azione viene in genere eseguita cliccando sul pulsante “rispondi” nel Tweet dell’utente. Le [@risposte](#) iniziano sempre con il simbolo “@”, seguito dal nome utente.

**Retwettare (RT):** per diffondere il Tweet di qualcuno, potete retwettarlo. Cliccate semplicemente sul pulsante Retweet per inviare il messaggio originale a tutti i vostri follower.

**Preferiti:** si aggiunge un Tweet ai propri preferiti perché è rilevante, perché si è d’accordo con l’opinione espressa senza però sentirsi in obbligo di retweettare e per altri svariati motivi.



# Glossario

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo



Home



Scopri



Attività



Expo Milano 2015 ha ritwittato



**womenforexpo** @WEWomenForExpo 3m

#Expoldee al Tavolo



@WEWomenForExpo con

@martadassu LellaCosta

@vichidemarchi Simonetta Agnello H.,

MarcelaVillarreal

Expo Milano 2015 e altri 7



3



1



**Cronologia/Home:** la cronologia è una lista di Tweet in tempo reale provenienti dagli utenti che avete scelto di seguire.

**Notifiche:** in questa sezione vengono riportate tutte le attività che avvengono nei confronti dei vostri Tweet (retweet, preferiti, menzioni, risposte, nuovi follower, suggerimenti, ecc.)

**Messaggio privato:** permette di scrivere in maniera diretta ad uno specifico utente.

**Ricerca:** aggiungete nuovi utenti (anche quelli suggeriti) o cercate gli hashtag di tendenza.

**Menù:** permette di andare sul proprio profilo, di modificarlo tramite le impostazioni personali, di creare liste utenti e di accedere alle bozze.



# Glossario

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

**Following e follower:** seguire (**following**) qualcuno su Twitter significa iscriversi ai suoi Tweet presenti nella cronologia. Un **follower** è un utente di Twitter che vi sta seguendo.

**#Hashtag:** Gli utenti aggiungono spesso il simbolo di hashtag (#) prima di parole o frasi nei propri Tweet per categorizzarli o per organizzare le conversazioni riguardo a un tema. Gli utenti possono cliccare sugli hashtag per visualizzare i Tweet con tema analogo.

**Menzione:** serve per porre un Tweet all'attenzione di un utente (con la speranza che lo retweetti) includendone il [@nomeutente](#) nei 140 caratteri.

**EccellenzeInDigitale**  
@eccedit TI SEQUE

|              |                 |                 |
|--------------|-----------------|-----------------|
| 389<br>TWEET | 90<br>FOLLOWING | 495<br>FOLLOWER |
|--------------|-----------------|-----------------|

**EccellenzeInDigitale** @ecce... 16 Dec 14  
Con i digitalizzatori di [#eccedit](#) noi e le imprese italiane [#vediamopositivo](#)  
[@lorenzoiova](#) [@etta0305](#)  
[@DanieleBorra](#) [@igersvenezia](#)

← ↻ 5 ★ 4

Twitta a EccellenzeInDigitale



# Scrivere un Tweet

Eccellenze in digitale



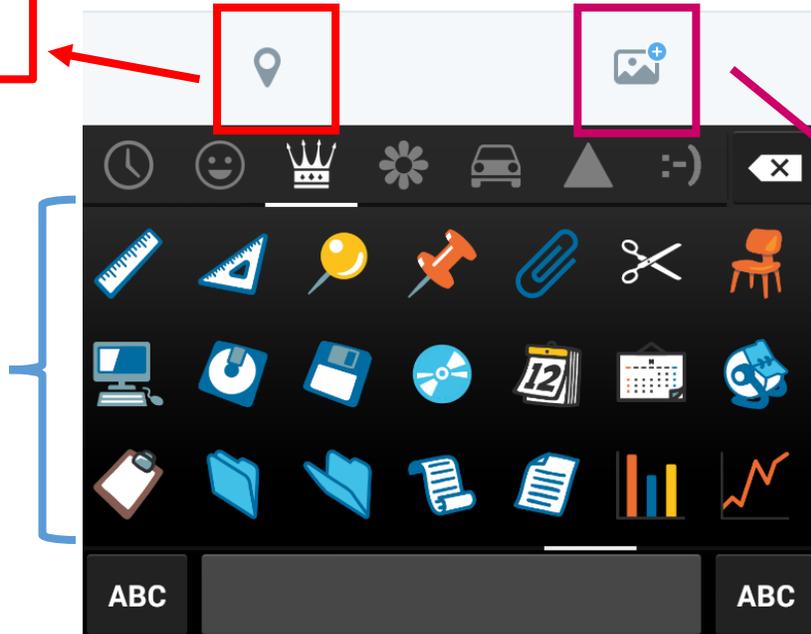
Camera di Commercio  
Cuneo



Localizzatevi quando condividete un post, magari creando come luogo la vostra azienda.

Per ottimizzare al meglio i 140 caratteri di un Tweet, è consigliabile accorciare i link che si vogliono condividere. Per far ciò, basta appoggiarsi a degli strumenti appositi come [Bit.ly](http://bit.ly) (scaricabile su smartphone o utilizzabile da pc).

Aggiungete degli emoji per rendere più simpatico il vostro Tweet.



Oltre alle foto, recentemente è anche possibile condividere dei piccoli video. I tweet con foto raddoppiano l'interazione.





# Le regole d'oro su Twitter

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

-  **Informalità:** cercate di adottare uno stile di comunicazione genuino e accessibile, come se parlaste con un vecchio amico. Evitate toni troppo formali o improntati al marketing, perché è quanto di più lontano possibile dal creare una voce personale.
-  **Umore:** i Tweet vi offrono l'opportunità di mostrare i vostri lati ironico e professionale allo stesso tempo. Le persone cercano formazione e intrattenimento online e Twitter permette di farlo. Inoltre, i contenuti divertenti, stimolanti o interessanti favoriscono la condivisione.
-  **Interazione:** è giusto cercare di interagire coi vostri follower, ponendo loro delle domande e ascoltando quello che hanno da dire. Questo, oltre a dimostrare il vostro interesse, vi darà la possibilità di scoprire i loro interessi e gusti. Rispondete sempre in maniera tempestiva, così guadagnerete stima e -probabilmente- nuovi follower.



# Le regole d'oro su Twitter

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

-  **«State sul pezzo»:** poiché Twitter agisce in tempo reale, scrivete messaggi tempestivi twittando Tweet rilevanti durante eventi o notizie dell'ultima ora. Sfruttate questi momenti per avere una maggiore visibilità.
-  **Studio:** scoprite ed analizzate i contenuti dei Tweet dei vostri concorrenti o cercate le parole chiave del vostro settore, per ascoltare e individuare dati utili di mercato. Si tratta di uno strumento facile per acquisire approfondimenti da cui trarre ispirazione per la vostra strategia.
-  **No autocelebrazione:** non parlate solo della vostra azienda, ma variate la comunicazione anche se la notizia non parla di voi. Il rispetto dei competitor vi farà acquisire punteggi nella reputazione.
-  **Dietro le quinte:** usate Twitter per condividere informazioni uniche sulla vostra azienda, che i vostri clienti non troverebbero altrove, come foto dell'azienda, sconti e anteprime di nuovi prodotti.





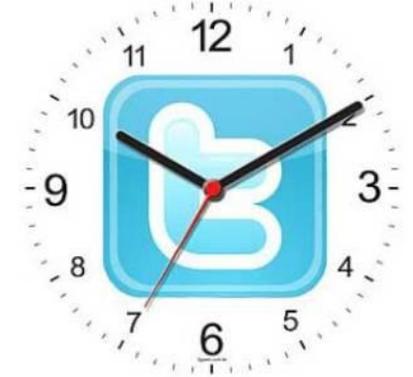
# Quando Twittare?

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

È possibile utilizzare diversi strumenti (gratuiti e non) di twitter marketing che vanno ad individuare per ogni account il momento migliore per twittare. Così facendo, aumenta la possibilità di generare maggiore interazione.



## Tweriod

Efficace tool che, una volta analizzata l'attività dei vostri followers, vi mostra le **fasce orarie migliori per Twittare**.

Basterà collegarsi al sito e cliccare "Sign Up With Twitter", cliccare accedi per **autorizzare l'applicazione a analizzare il vostro account Twitter**, inserire i dati richiesti e cliccare "Get Started". Una volta completata l'analisi Tweriod invierà direttamente il **report** alla vostra casella e-mail. Lo strumento è gratuito per una prima analisi, in seguito se lo desiderate potrete acquistare un pacchetto premium mensile.

## FollowerWonk

Il servizio offre **analisi e statistiche** dell'attività dei twitter followers davvero complete, per ottenere la tua prima analisi non dovrai fare altro che cliccare "Analyze Followers", inserire il tuo username e cliccare il bottone "Do it".

In meno di 5 minuti FollowerWonk genererà una **analisi dettagliata dei tuoi followers** e della loro attività.

Il servizio ci mostra le ore in cui i followers sono maggiormente attivi e le fasce orarie in cui noi pubblichiamo più spesso, in questo modo possiamo verificare se è necessario **ottimizzare la pubblicazione** per ottenere maggiore engagement.

**Linked**



®



# Cos'è LinkedIn?

Eccellenze in digitale

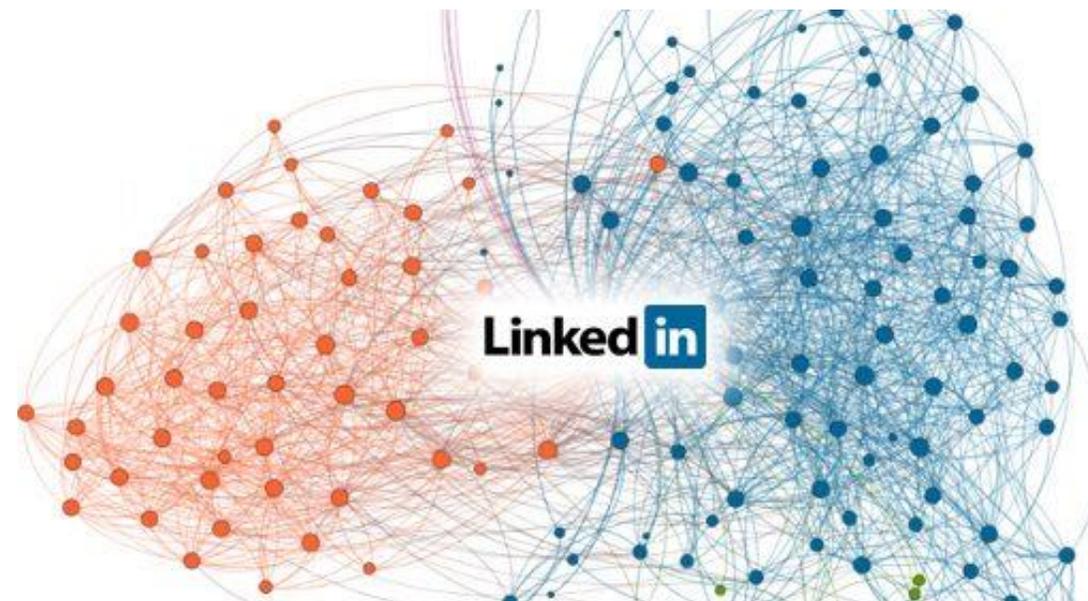


Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- LinkedIn è un servizio web di rete sociale gratuito, nato nel 2003.
- Nel 2014 conta più di 300 milioni iscritti (7 milioni solo in Italia).
- Lo scopo principale del sito è consentire agli utenti registrati di crearsi e **sviluppare una lista di contatti professionali**. Le persone nella lista sono definite "connessioni": esse sono in effetti le connessioni di un nodo (l'utente) all'interno della rete sociale. La rete di contatti a disposizione dell'utente è costituita da tutte le connessioni dell'utente, tutte le connessioni delle sue connessioni ("connessioni di secondo grado") e da tutte le connessioni delle connessioni di secondo grado ("connessioni di terzo grado").



Fonte: [Dati utenti LinkedIn](#)



# LinkedIn per aziende

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- **Visibilità:** aprendo una pagina per la vostra attività puoi rendere visibile tutte le sue caratteristiche (settore di appartenenza, numero di dipendenti, ecc.), oltre che il sito web, la posizione geografica e la descrizione generale. Informazioni utili sia per eventuali clienti, sia per aspiranti dipendenti.
- **Fidelizzazione:** gli utenti interessati al profilo della vostra realtà possono “seguirlo” per restare sempre aggiornati sulle ultime novità pubblicate. Funzionalità necessaria che vi permette di instaurare un vero e proprio contatto diretto tra l’impresa e il pubblico online.
- **Segnalazioni:** tutte le persone che lavorano o hanno lavorato per la vostra impresa hanno l’opportunità di segnalare nel proprio profilo privato la collaborazione svolta, che compare automaticamente anche nella pagina aziendale. A vostra volta, potete fare una sorta di «lettera di raccomandazione», lasciando un feedback positivo di vostri ex dipendenti o collaboratori.



# Come iscriversi?

Eccellenze in digitale



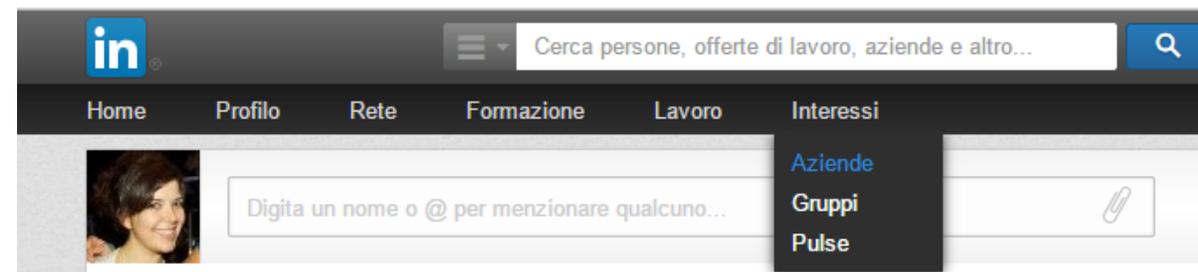
Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- Dopo esservi iscritti col vostro profilo personale, potete aggiungere una [pagina aziendale](#).

- Posizionate il cursore su *Interessi* e selezionate *Aziende*.



- Cliccate il riquadro giallo *Crea* sulla destra.

- Inserite il nome ufficiale della vostra azienda e il vostro indirizzo email di lavoro. Cliccate su *Continua* e scrivete gli altri dati richiesti.



# Cosa si può fare?

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- **Job Recruiting:** per ampliare il vostro organico potete visualizzare-contattare gli account che hanno visitato la vostra pagina aziendale o **pubblicare annunci di lavoro direttamente da LinkedIn**. Confrontando il profilo privato dei singoli candidati, avrete modo di trovare chi meglio soddisfa le vostre esigenze.
- **Conferma di una referenza:** potete avallare le competenze di un membro della vostra rete professionale o chiedere che i vostri punti di forza ottengano riscontro. Inoltre, confermando le qualità-competenze dei professionisti che conoscete, li stimolerete a ricambiare con un buon giudizio sulla vostra realtà.
- **Condivisione:** come tanti altri social, anche LinkedIn offre la possibilità di **entrare a far parte di gruppi tematici**, nei quali potrete scambiare opinioni, esperienze e competenze. Oltre a questo è anche consigliabile segnalare contenuti, inserendo link ad articoli, post o video informativi. Così facendo renderete il vostro profilo attivo, unico e interessante. Più persone vi faranno visita, più interesse saprà generare la vostra impresa.



# LinkedIn Ads

Eccellenze in digitale

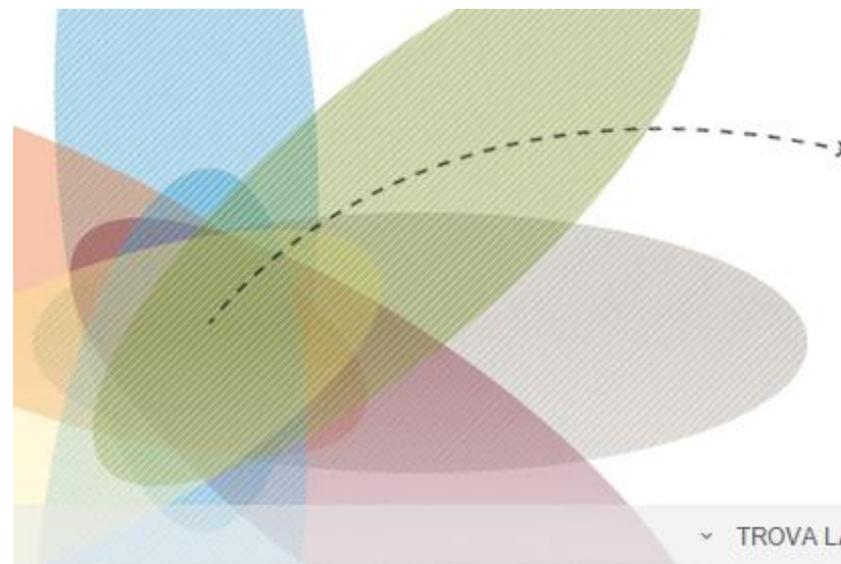


Google



Camera di Commercio  
Cuneo

Anche su LinkedIn è possibile creare delle [pubblicità](#) mirate che stimolino l'interesse degli utenti. Oltre a creare annunci pubblicitari targetizzati, potete sponsorizzare i vostri ultimi aggiornamenti.



## Pubblicità mirata

Raggiungi i tuoi clienti ideali con LinkedIn Ads

Inizia

▼ TROVA LA TUA AUDIENCE ▼

### Acquisisci nuovi clienti per la tua azienda



#### Audience professionale

Collegati con l'audience di professionisti più grande al mondo. Lancia la tua campagna in pochi minuti. Quello di cui hai bisogno è un account LinkedIn.



#### Targeting B2B di precisione

- Per qualifica e ruolo
- Per settore e dimensione azienda
- Per anzianità



#### Imposta il tuo budget

- Paga per clic o visualizzazioni
- Disattiva i tuoi annunci in qualsiasi momento
- Nessun contratto a lungo termine
- Nessun obbligo



#### Formati annunci pubblicitari

- [Annunci testo e immagine](#)
- [Annunci video](#)
- [Annunci solo testo](#)

## Opzioni di targeting

Raggiungi la tua audience con i potenti filtri di targeting B2B

Seleziona una categoria in basso e inserisci le tue preferenze di targeting per valutare la portata del tuo pubblico di destinatari

Area geografica

Funzione lavorativa

Anzianità

Settore

Dimensione stimata dell'audience target  
347.000.000 membri di LinkedIn

Ricomincia Crea campagna

Solo recentemente è possibile targetizzare alcune città italiane, altrimenti si può sponsorizzare a livello nazionale

Altri targeting permettono di selezionare la tipologia di aziende per settore e/o dimensioni, per funzione lavorativa e anzianità dei membri, per tipologia di scuola o università, per gruppi e per sesso.



# LinkedIn Ads

Eccellenze in digitale



Camera di Commercio  
Cuneo

## Come pagare

### Come vorresti pagare per questa campagna?

- Paga quando qualcuno clicca sul tuo aggiornamento - Costo per clic (CPC)

Le azioni sociali sono gratuite

Seleziona un'offerta (somma massima che pagherai quando qualcuno clicca)

3,00 EUR

Intervallo di offerta consigliato: 3,75 - 4,00 EUR.  
Offerta minima: 2,00 EUR

- Paga ogni volta che mostriamo il tuo aggiornamento - Costo per 1000 impressioni

16,62 EUR

Intervallo di offerta consigliato: 15,00 -  
17,50 EUR  
Offerta minima: 2,00 EUR

### Qual è il tuo budget per questa campagna?

Mostreremo il tuo aggiornamento il più frequentemente possibile fino al raggiungimento del limite.

- Ogni giorno

0,00 EUR

Il budget giornaliero deve essere almeno di  
10,00 EUR

La spesa giornaliera della tua campagna potrebbe essere fino al 20% superiore. Per saperne di più

- Totale

35,00 EUR

Il budget totale deve essere almeno di  
10,00 EUR

### Per quanto tempo la tua campagna dovrà restare attiva?

- A tempo indeterminato

- Fino a 02/02/2014

### Gruppo di destinatari

415.910 membri di LinkedIn

Località: Italia

Funzione lavorativa: Marketing, Media e  
comunicazione, Business Development,  
Consulenza o Formazione

### Dettagli campagna

- Paga quando qualcuno clicca sul tuo aggiornamento (CPC)
- La tua offerta: 3,00 EUR
- Offerta minima: 2,00 EUR
- Budget totale: 35,00 EUR
- Durata della campagna: tempo indeterminato

**NB: l'attivazione dell'account costa 4€**



# Le regole d'oro

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

- 1) Scegliete **immagini di qualità** e con un alto impatto comunicativo
- 2) Inserite il vostro **logo e una copertina** apposita.
- 3) Inserite una breve **descrizione dell'azienda** e un link che indirizza al vostro sito web.
- 4) Aggiungete una pagina per mostrare i **prodotti/servizi** e un box con il **profilo dei dipendenti**.
- 5) Caricate le **brochure** e **file di presentazioni** per potenziali partner e clienti.
- 6) Tenete le **informazioni sempre aggiornate** e pubblicate circa 2-3 volte la settimana notizie utili e attività svolte che possano interessare i tuoi potenziali clienti e partner. Creare **interazione** è importante!
- 7) Incoraggiate i **dipendenti** a **inserire nel loro profilo professionale il link del vostro sito web**. Basta andare in “Modifica profilo”, iniziare a digitare il nome dell'azienda e sceglierlo dal menu a discesa. Così facendo, i candidati possono vedere facilmente i dipendenti presso la vostra azienda che sono nella loro rete, offrendo un'esperienza più personale. La loro esperienza è fondamentale per descrivere e confermare la filosofia dell'azienda.



# Pulse

Eccellenze in digitale



Google



Camera di Commercio  
Cuneo

La sezione **Pulse** (selezionabile dalla voce del menu **Interessi**) vi permette di avere a disposizione gli articoli più interessanti delle aziende e dei professionisti che segui.

The screenshot shows the LinkedIn Pulse feed. At the top, there's a header with the Pulse logo and the text "Le notizie e le informazioni di cui hai bisogno." Below this are navigation tabs: "Le tue notizie", "Post più importanti" (which is selected), and "Scopri". On the right side of the header, there's a link for "I principali post di oggi".

The main content area displays two posts side-by-side:

- Left Post:** By Brian de Haaff, CEO of Aha! -- #1 product roadmap software. The article title is "The One Sign You Fear Your Boss" and it was published on 11 febbraio 2015. The post is categorized under "Careers: The Next Level, Leadership & Management". It has 281K views, 691 likes, and 278 comments.
- Right Post:** By Judy Romano, MBA, an Operationally Focused Senior Finance and Ac... professional. The article title is "It's Official: Forced Ranking is Dead" and it was published on 11 febbraio 2015. The post is categorized under "Leadership & Management". It has 76.6K views, 966 likes, and 220 comments.

The right post's image shows a checklist with categories: "Exceptional" (checked), "Exceeds requirements", "Meets requirements", and "Needs improvement".

On the right side of the feed, there's a section titled "Segui più membri influenti" which shows four profile pictures of influential members and a "Visualizza tutto" link.



i wan.T

MY life

BACK!



|                              | Free   | Pro<br>— 30 day free trial —  | Enterprise   |
|------------------------------|--|---|--|
| <b>Plans &amp; Pricing</b>   | Great for:<br><b>Personal Use</b><br><a href="#">Get Started Now</a> | Great for:<br><b>Businesses</b><br>(from \$9.99/month)<br><a href="#">Get Started Now</a> | Great for:<br><b>Corporations, Organizations, Governments</b><br><a href="#">Get Started Now</a> |
| Social Profiles ?            | Up to 3  | 50 included, up to 100  | Unlimited  |
| Enhanced Analytics Reports ? | Basic  | 1 included, up to 10  | Unlimited  |
| Message Scheduling ?         | Basic  | Advanced  | Advanced   |
| Team Members ?               | None   | 1 included, up to 9   | Up to 500,000  |
| App Integrations ?           | Basic  | Basic   | Unlimited  |
| RSS ?                        | Up to 2  | Unlimited   | Unlimited  |
| Hootsuite University ?       | Optional   | Optional  | ✓  |
| Security ?                   |  | ✓   | Advanced   |
| Vanity/Custom URL's ?        |  | Optional  | Optional   |
| Message Archiving ?          |  | 100 included, up to 100,000   | Unlimited  |
| Enhanced technical support ? |  | Optional  | ✓  |
| Professional services ?      |  |   | ✓  |
| Dedicated account rep. ?     |  |   | ✓  |
| Compliance integrations ?    |  |   | ✓  |
| Geo-targeting ?              |  |   | ✓  |
|                              | <a href="#">Get Started Now</a>                                      | <a href="#">Get Started Now</a><br>(from \$9.99/month)                                    | <a href="#">Get Started Now</a>  |

 Twitter

 Facebook

 Google+

 LinkedIn

 foursquare

 WordPress

 mixi

Link a [Hootsuite](#)

Come usare [Hootsuite](#)



39.468 visualizzazioni (15/02/15)



**Grazie a tutti per  
l'attenzione!**