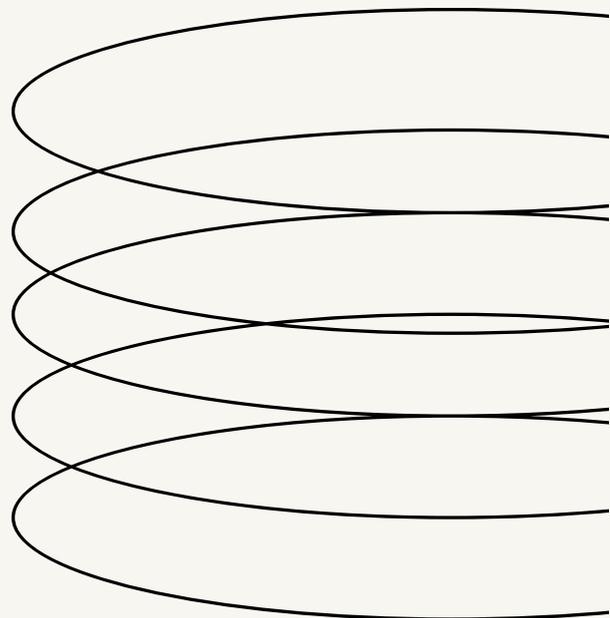


# DIVENTA UN INFLUENCER 2VIP



GUIDA STEP-BY-STEP  
DIVENTA UN INFLUENCER 2VIP





# Introduzione

## QUAL E' LO SCOPO PRINCIPALE DEI SOCIAL MEDIA?

Nell'era della tecnologia e della comunicazione virtuale, i social network sono una risorsa preziosa in grado di offrire molti vantaggi. **In media passiamo 2 ore e 24 minuti al giorno sui social media.** Li usiamo per tenerci in contatto con la famiglia e gli amici, per seguire le notizie, allarghiamo la nostra rete di contatti, otteniamo informazioni, cerchiamo lavoro e molto altro ancora!

Con i social puoi sviluppare la tua immagine e quella della tua compagnia!

### Interazioni

I social media sono tipicamente usati per le interazioni sociali, accesso a notizie e informazioni, e per capacità decisionale.

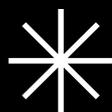
### Comunicazione

E' un prezioso strumento di comunicazione sia su scala locale che globale, nonché per creare, condividere e diffondere informazioni.

CAPITOLO N.1

5

# Tipi di social media



- Social Networking
- Photo Sharing
- Video Sharing
- Media interattivi
- Blogging/Community Building

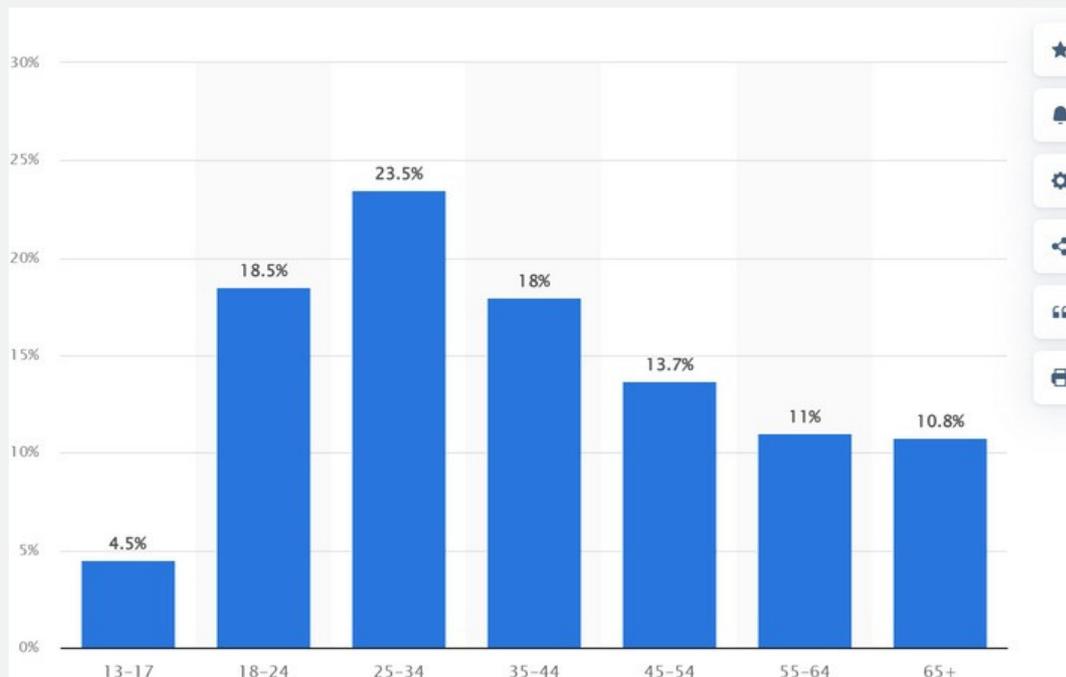
# Social Networking



Piattaforme come Facebook, Twitter, and LinkedIn sono spesso chiamate di “networking” perché permettono agli utenti di comunicare fra di loro vari modi.

## IL SOCIAL NETWORKING È LA FORMA PIU’ TRADIZIONALE DI SOCIAL MEDIA

In tutti e i tre networks, gli utenti possono facilmente connettersi fra di loro attraverso strumenti come i tag, gli hashtag, commenti, messaggi privati, reazioni ai post e condivisione di contenuti. In aggiunta all’interazione sociale, nelle piattaforme social sono comuni i news feed, progettati per contenere un mix di testi ed effetti visivi. Questa flessibilità rende queste piattaforme utili per sperimentare con nuove modalità e sviluppare una strategia social, prima di approdare su piattaforme che propongono minor flessibilità in termine di creazione di contenuti.



Per coloro che sono interessati ai video o alla grafica, queste piattaforme sono un ottimo posto per testare questo tipo di contenuti. Con la crescita del video marketing, alcune piattaforme hanno lanciato funzioni più avanzate, come le Facebook stories o le live di Twitter.

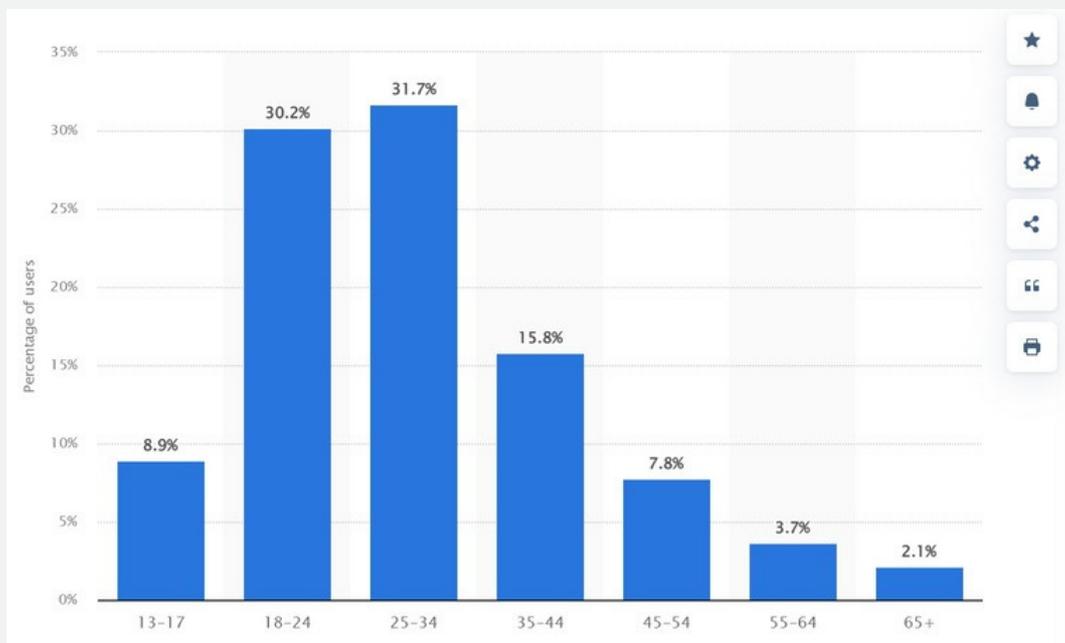
# Photo sharing



LE PIATTAFORME DI PHOTO SHARING SONO UNO STRUMENTO PER MOSTRARE CONTENUTI VISUALI O IMMAGINI DI PRODOTTI .

Due delle più grandi piattaforme specializzate in photo sharing sono Instagram e Pinterest.

Offrono un feed visuale con post fatti di foto e brevi video seguiti da una descrizione. Gli utenti possono anche postare live video o creare Storie che scompaiono dopo 24 ore. Come le piattaforme di social networking sopracitate, gli utenti possono interagire gli uni con gli altri attraverso tag, "mi piace", commenti o messaggi diretti.



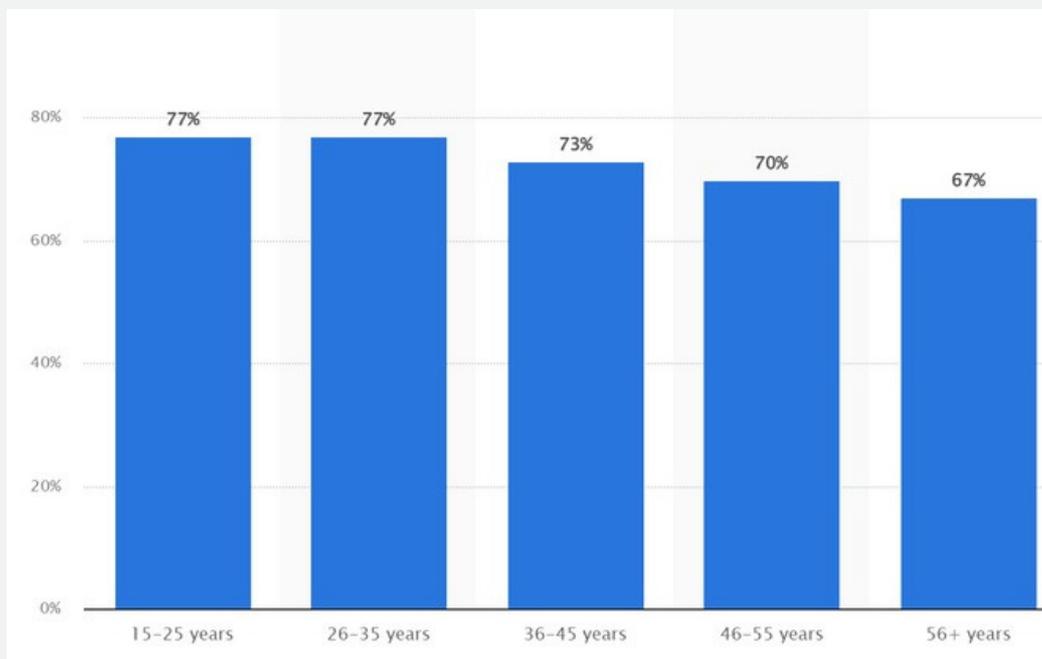
Prima di precipitarsi su una o entrambe le piattaforme, dovrai determinare se il tuo obiettivo è quello di far ottenere notorietà al tuo brand oppure traffico basato sui link. Sebbene sia Instagram che Pinterest possano essere strumenti utili per foto di prodotti e brand awareness, il pubblico attivo di Instagram è molto più vasto di quello di Pinterest. Quando ti trovi a scegliere una piattaforma, potresti voler prendere in considerazione la tua larghezza di banda relativa ai contenuti. Entrambe richiedono immagini visuali, ma potresti anche avere bisogno di includere creazioni video.

# Video sharing



## LE PIATTAFORME DI VIDEO SHARING SONO ECCELLENTI PER LE STRATEGIE SOCIAL POICHE' DANNO RILEVANZA

Quando si tratta di piattaforme per video di lunga durata, Youtube, Vimeo e Dailymotion sono le piattaforme principali. Mentre Youtube ha un'audience più grande e migliori capacità SEO, Vimeo è più piccola e più concentrata sulla propria comunità. I video possono essere utili a una grande quantità di industrie. Mentre un ristorante potrebbe avere un Vlog su consigli di cucina, una compagnia di tecnologia potrebbe avere video dimostrativi dei propri prodotti.



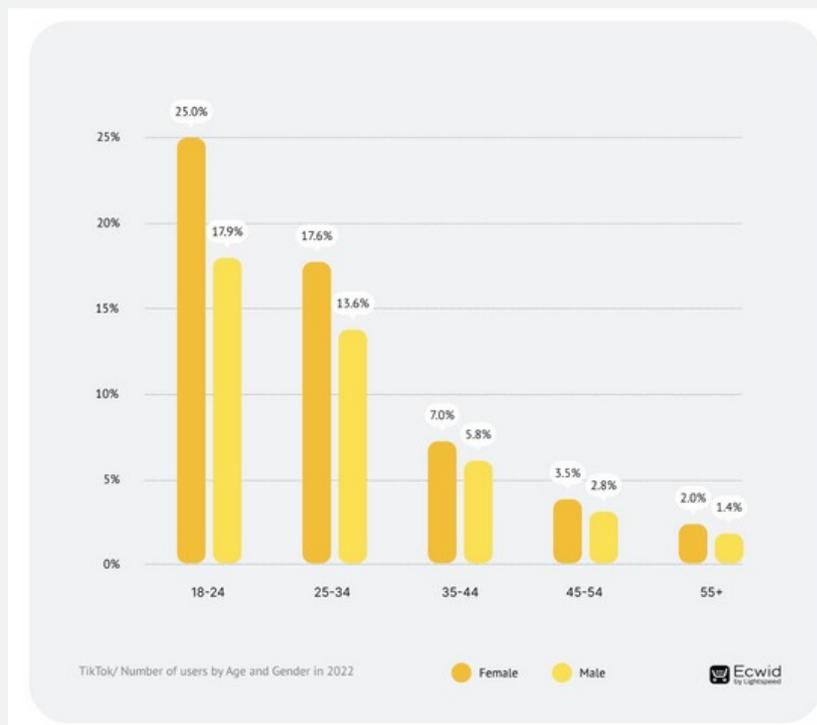
Oltre a Youtube, Vimeo e Dailymotion, anche le piattaforme social più tradizionali hanno iniziato ad abbracciare tecniche di video marketing. In anni recenti, Facebook ha lanciato le Facebook Stories e Facebook Live, ha inoltre aggiunto un video tab apposito all'app per cellulari. Twitter, invece, permette agli utenti di tenere streams di video live.

# Media interattivi



LE APP DI SOCIAL MEDIA PIU' POPOLARI CHE PERMETTONO AGLI UTENTI DI CREARE, GUARDARE E CONVIDERE BREVI FILMATI DA 15 SECONDI.

Permettono agli utenti di condividere foto e video, hanno anche molte funzioni interattive e altamente sperimentali. Entrambe includono filtri AR/VR, sovrapposizioni musicali, e giochi interattivi. La fascia di età media della audience è principalmente Gen-Z.



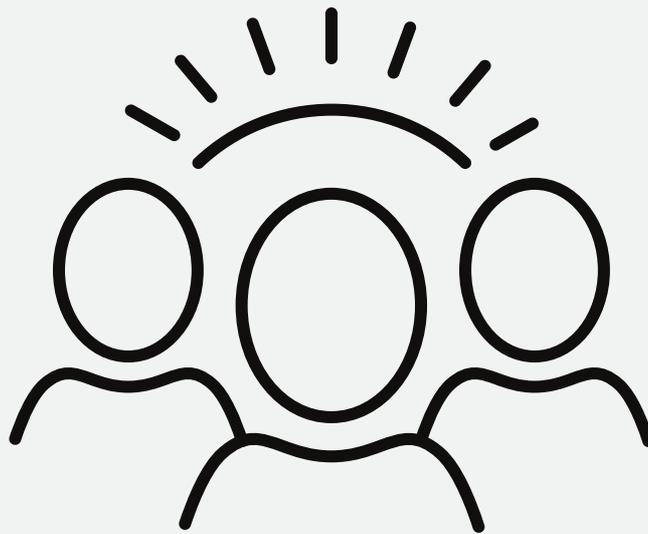
Se stai testando queste piattaforme, assicurati che il tuo settore e i tuoi contenuti rispecchino i gruppi di età. Devi anche valutare quanto tempo e denaro sono necessari per mantenere questi account attivi e rilevanti.

# Blogging/Community



PERMETTE AGLI UTENTI DI POSTARE SU ARGOMENTI DI NICCHIA COME MEME, EVENTI, POLITICA E CULTURA POP.

Sia Tumblr che Reddit permettono agli utenti di postare a contenuti di nicchia interessanti come meme, politica, eventi e pop cultura. Quando un utente condivide un contenuto, agli altri utenti è permesso condividerlo o aprire una conversazione a riguardo, commentando.



Con un blog si possono scrivere articoli su contenuti relativi al settore della tua azienda, e collegarci il tuo prodotto o sito web. Nonostante molti abbiano un blog sul proprio sito, piattaforme come Tumblr possono essere utili se non hai predisposto questa funzione - o se vuoi semplicemente vedere che cosa stanno scrivendo sul proprio blog le persone del tuo settore.

Con un sito di discussioni come Reddit puoi condividere un link o postare riguardo a un argomento specifico, in un gruppo di discussione legato al tuo settore e vedere come gli utenti rispondono. Puoi anche creare un tuo forum personale per discutere di ciò che ti interessa se già non esiste nulla di simile. Entrambe queste piattaforme incoraggiano specificamente discussioni sul web e la condivisione di messaggi da utenti interessati allo stesso argomento.

DIVENTA UN INFLUENCER 2VIP

# Le piattaforme più popolari tra i giovani.



Millennials and Gen Z  
10-38 years old

# YOUTUBE

2 miliardi

Tra le piattaforme incluse nei nuovi sondaggi, Youtube è leader del panorama online - si registra che nel 2022 è stato utilizzato dal 95% dei giovani.

# TIKTOK

1 miliardo

TikTok è al secondo posto nella lista delle piattaforme su cui il sondaggio si è basato (67%)

# INSTAGRAM

1 miliardo

Instagram è al terzo posto, essendo utilizzato in media da 6 giovani su 10.

# UN PAIO DI COSE DA CONSIDERARE

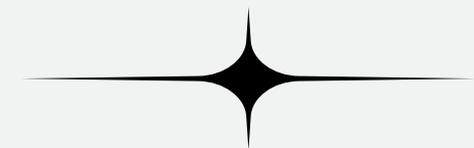
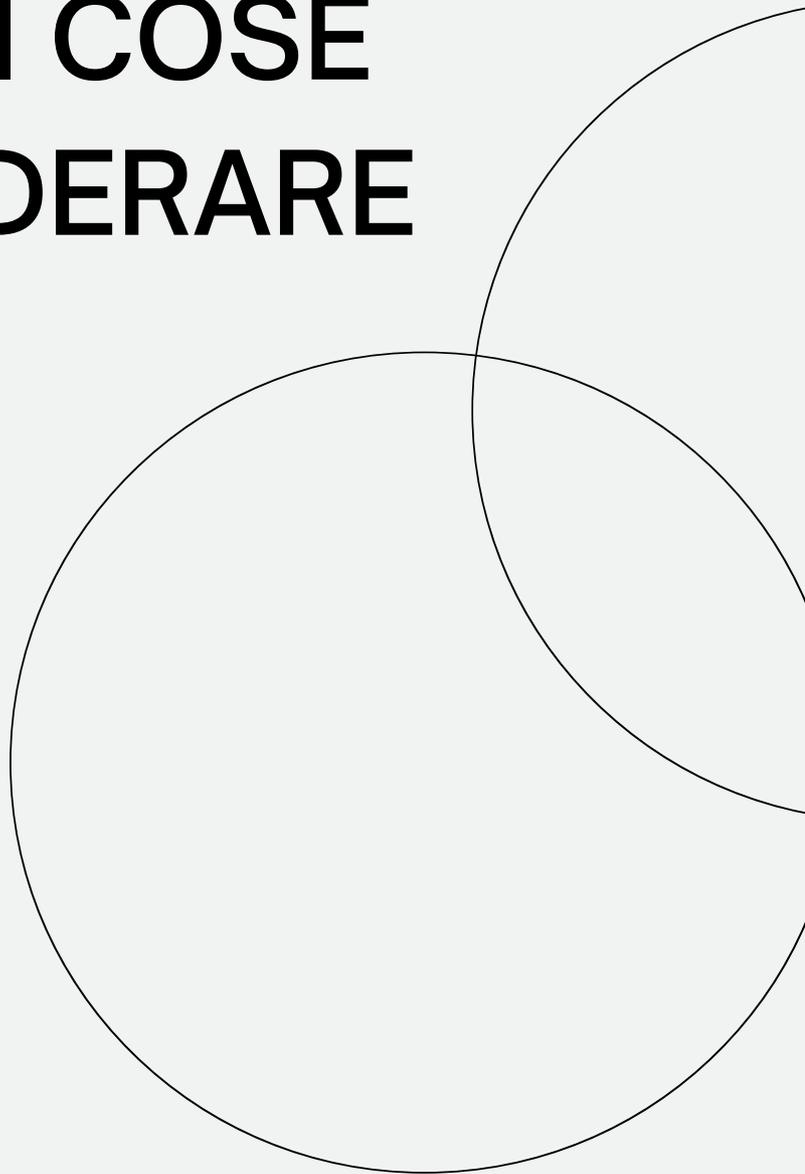
Prima di accedere e impostare i tuoi account su mille piattaforme, assicurati di considerare questi fattori:

Quanto tempo hai da investire per sviluppare una strategia social?  
Hai le risorse per creare grafici e video?

I tuoi obiettivi sono di aumentare brand awareness, il traffico di utenti o le tue entrate?

Sarà facile da gestire o dovrai assumere qualcun altro per la piattaforma?

Una volta scelte le piattaforme, assicurati di starci dietro e seguirne le evoluzioni, nonché i promotori migliori.



Quanto tempo a disposizione hai da dedicare allo sviluppo di una strategia?



Hai le risorse per creare grafici o video?



I tuoi obiettivi mirano a incrementare la tua presenza online, a generare traffico utenti o aumentare le tue entrate?



Dovrai assumere un altro membro dello staff o potrai cavartela da solo?

CAPITOLO 2

# Come sfruttare al meglio i Social Media



# Benefici dei Social Media

Miliardi di persone in ogni parte del mondo usano i social media per condividere informazioni e stabilire dei legami. Sul piano personale, i social media ti permettono di comunicare con amici e famiglia, imparare nuove cose, sviluppare i propri interessi, e trovare intrattenimento.

Su un piano professionale, puoi usare i social media per sviluppare le tue conoscenze in un campo di interesse, costruire il tuo network personale connettendoti con altri professionisti nel tuo settore. A livello di azienda, i social ti permettono di conversare con la tua audience, ottenere il feedback dei clienti ed elevare il tuo brand.



## SOCIAL MEDIA E GIOVANI

I social media offrono ai giovani l'opportunità di connettersi istantaneamente con gli altri e condividere le loro vite attraverso foto, video e aggiornamenti di stato. I giovani stessi descrivono queste piattaforme come uno strumento importante per costruire e mantenere relazioni, essere creativi e imparare di più sul mondo. Malgrado i rischi, i social media possono offrire a bambini e adolescenti strumenti preziosi per sviluppare abilità e ostruire una buona "impronta digitale".



# COME SFRUTTARE I SOCIAL MEDIA

## **Approfondire le connessioni e la comprensione del mondo.**

Le persone possono imparare ad apprezzare le diverse prospettive e visioni del mondo per capire l'ambiente attorno a loro e costruire la loro conoscenza su un determinato numero di argomenti. Con così tante idee condivise su altrettante piattaforme, possono scoprire nuove aree di interesse e utilizzare le piattaforme in maniera educativa.

## **Sviluppare la comunicazione e le abilità tecniche.**

Essendo ormai i social media parte della vita di tutti i giorni, è importante per le persone imparare a comunicare online, affinché siano pronte ad opportunità future nel mondo del lavoro e si sentano supportate nell'interagire con amici e famiglia

## **Rimuovere i confini per sviluppare legami**

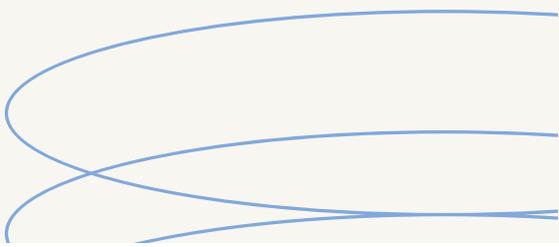
I social media rimuovono i limiti dall'incontrare persone, e consentono di mantenere rapporti che vadano oltre i confini. Per coloro che hanno disabilità o che non si sentono in grado di formare legame con altri all'interno della loro comunità, può essere un ottimo modo per connettersi con altre persone che condividono gli stessi interessi.

## **Rafforzare le relazioni.**

Avendo accesso a membri familiari che vivono molto lontano o amici che si sono trasferiti all'estero, i social possono aiutare a mantenere relazioni, restare in contatto e condividere facilmente la propria vita.

## **Un posto per chiedere aiuto.**

Possono servire per offrire supporto ad amici e familiari che stanno vivendo situazioni problematiche, anche per i giovani può essere un luogo dove chiedere aiuto se stanno passando momenti difficili e non possono o vogliono parlarne con chi sta loro vicino.



DIVENTA UN INFLUENCER 2VIP

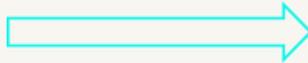
# TIKTOK



Capire Tiktok

# Cos'è TikTok?

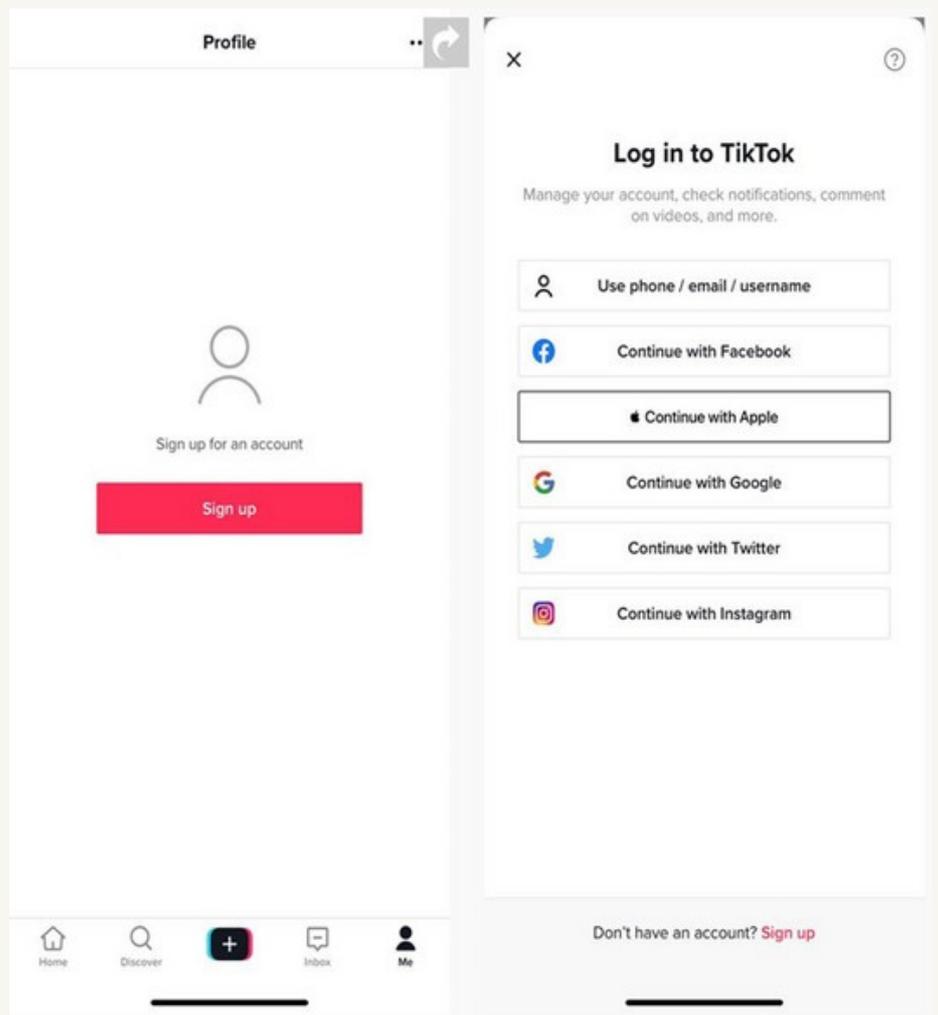
- Un social network che appartiene all'azienda cinese ByteDance
- 2014-2018: l'app si chiamava Musical.ly, poi è diventata TikTok
- Permette di creare brevi video con video ed effetti, pubblicare storie, comunicare con persone
- E' utilizzato principalmente dai più giovani



## Come iscriversi

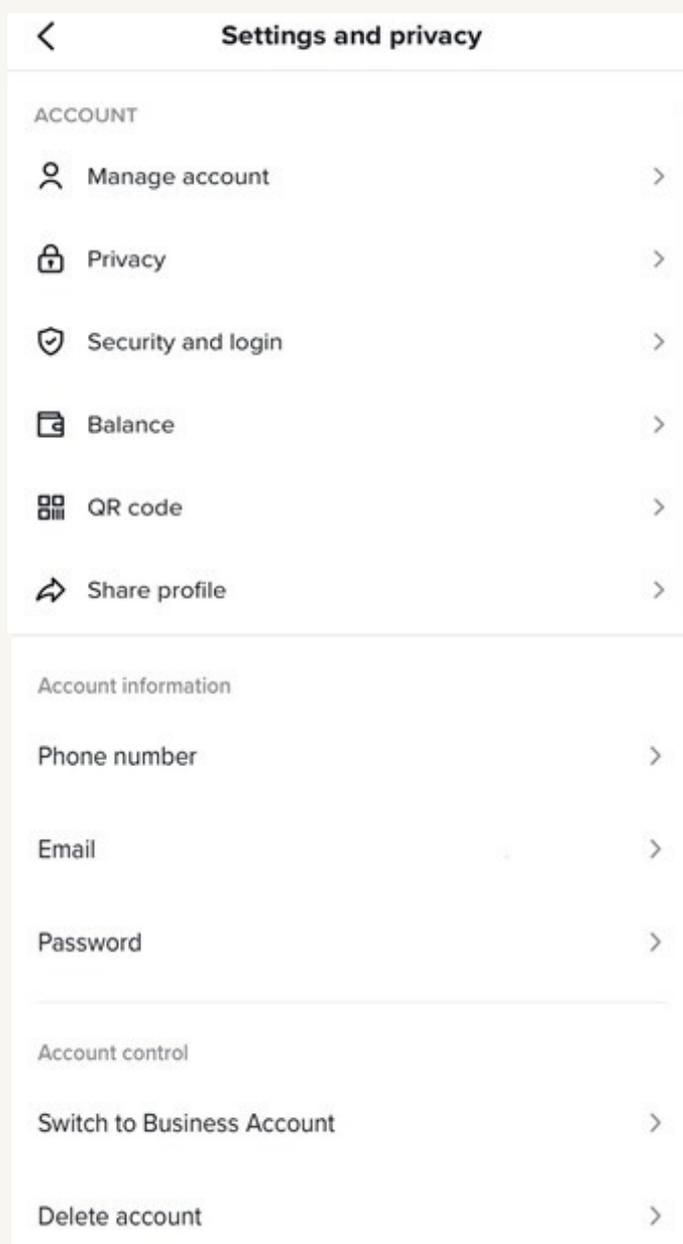
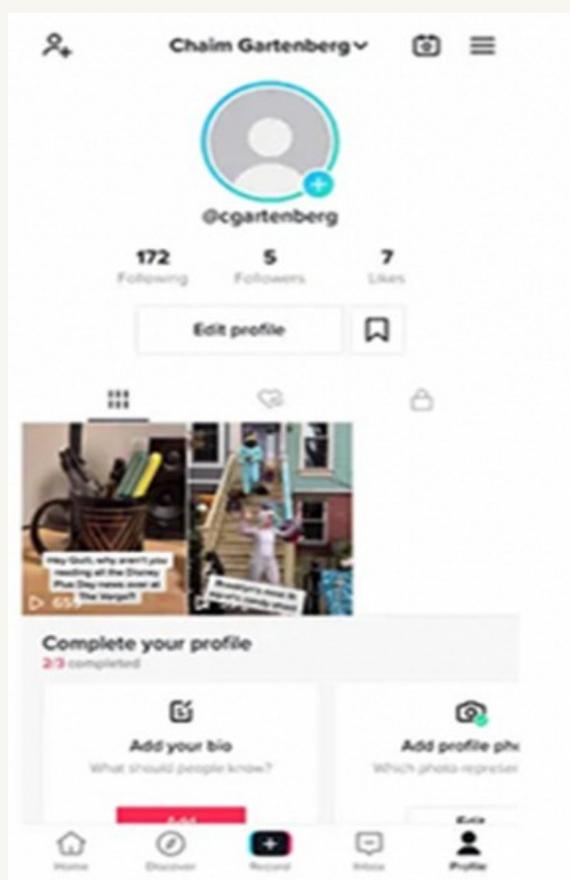
Vai su App Store o Google Play ed effettua il download, è gratuito.

Una volta aperto, registrati. Puoi farlo subito con Facebook, Gmail, o Twitter, o aggiungere un username e password standard.



# Crea il tuo profilo

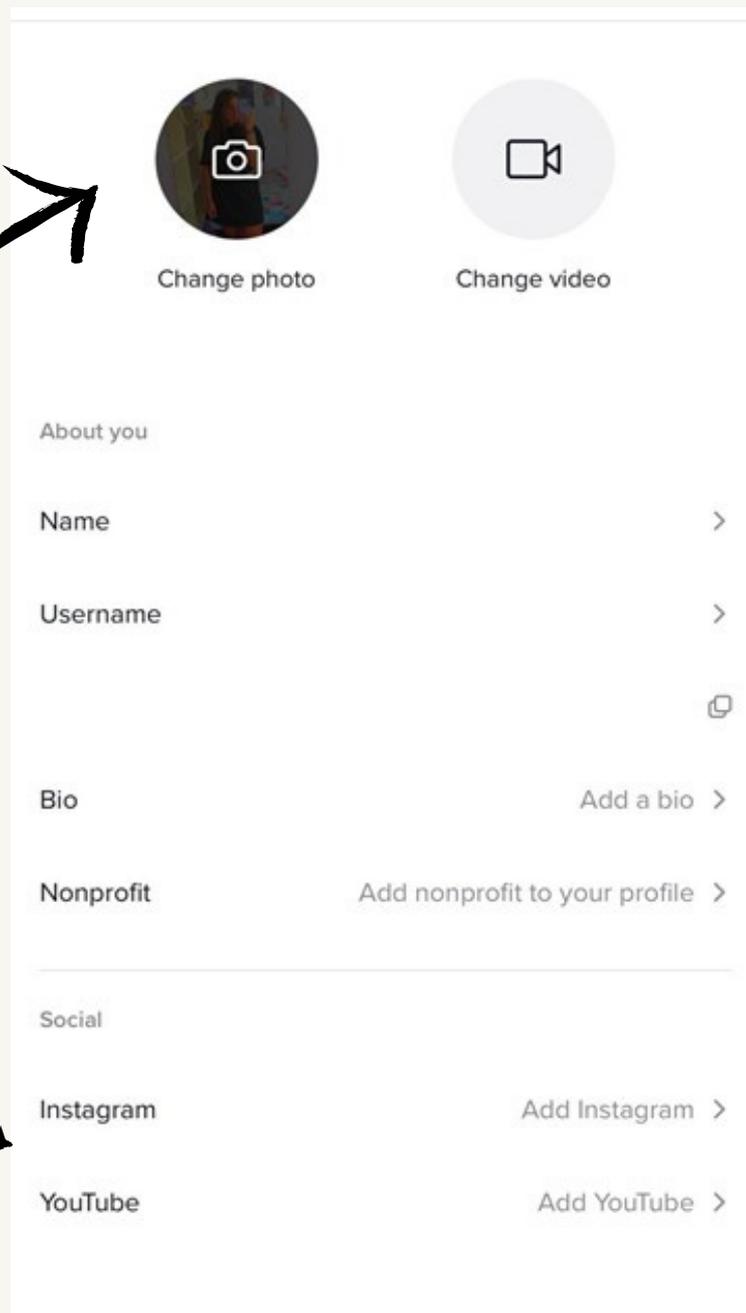
Premi l'icona in basso a destra per vedere il tuo profilo, le impostazioni sono in alto a destra (le tre linee). Puoi aggiungere restrizioni sui contenuti e età. Il profilo può essere pubblico, privato o business.



# Crea il tuo profilo

L'immagine del profilo può essere una foto o un video.

Puoi inserire nome, biografia, link di YouTube e Instagram.

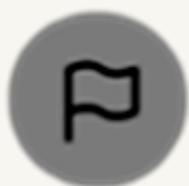


# Metti like, commenta o condividi i video che ti piacciono

Puoi toccare l'icona con il cuore per mettere mi piace e l'icona con il fumetto per commentare.

Per condividere il video, premi la freccia sotto l'icona dei commenti per visualizzare le opzioni di condivisione.

Se ti piace davvero un video e vuoi vedere molti altri video simili che potrebbero interessarti, scorri a sinistra per vedere il profilo del creatore.



Segnala



Non mi interessa



Salva il video



Duetta

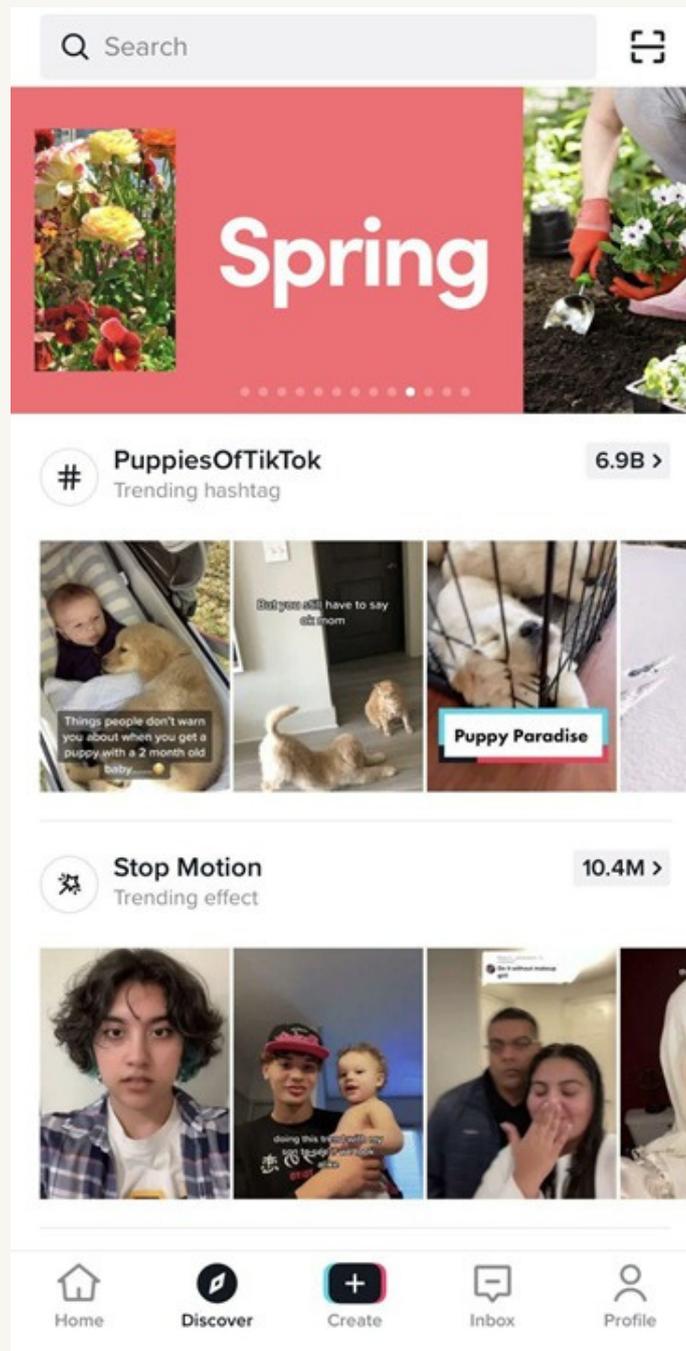


Stitch



# Cerca video

Premi sull'icona della lente di ingrandimento per entrare nell'area di ricerca. Qui puoi cercare video o guardare sotto la barra di ricerca per vedere i trend. Puoi anche trovarli scannerizzando un bar code, per farlo premi l'icona di scansione vicino alla barra di ricerca.



# Scegli gli effetti speciali

Premi l'icona centrale per accedere alla fotocamera.

A destra, vedrai le seguenti icone:

**Flip icon:** per girare la camera nella giusta direzione

**Velocità:** Ti permette di registrare il video a velocità accelerata o in slow-motion

**Filtri:** cambia il colore del filtro della fotocamera

**Ottimizza:** un filtro AR per nascondere imperfezioni e rendere più liscia la pelle.

**Timer:** imposta un countdown per la registrazione automatica

**Galleria: ti permette di usare foto e video dalla galleria**

**Q&A:** puoi rispondere alle domande poste dai followers

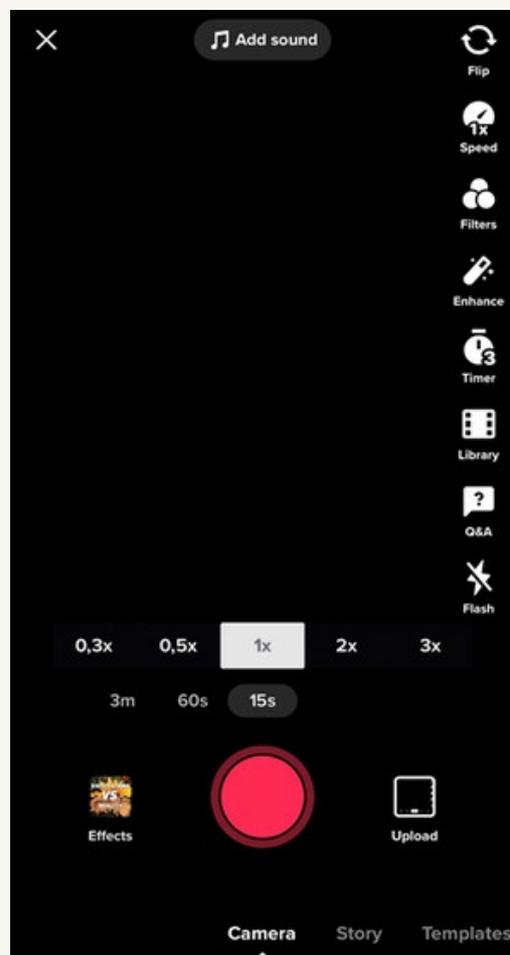
**Flash**

## Registra il video

Premi "aggiungi suono" per scegliere lo sfondo musicale o gli effetti musicali con cui vuoi lavorare.

Premi e tieni premuto il bottone rosso per registrare. Puoi registrare il video tutto in una volta oppure pezzo per pezzo.

Puoi usare il timer per darti un tempo prima che il tuo telefono inizi automaticamente a registrare.



# Consigli per diventare virale

Divertiti con gli effetti speciali: il tuo video diventerà unico e spettacolare.

Usa canzoni per attirare audience.

Fai video con più inquadrature: saranno più interessanti e interattivi.

Non scordarti che la gente usa questa piattaforma per divertirsi.

Usa hashtags alla moda e rilevanti con il video, così che chi cerca tale tipo di video possa trovarti facilmente.

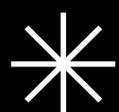
Segui i trends e duetta con i Tiktokers più famosi.



COME INIZIARE UN BUSINESS ONLINE

CAPITOLO N.5

YOUTUBE



Capire YouTube

# Che cos'è YouTube?

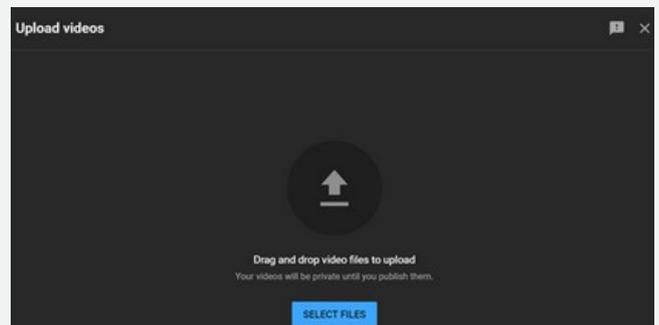
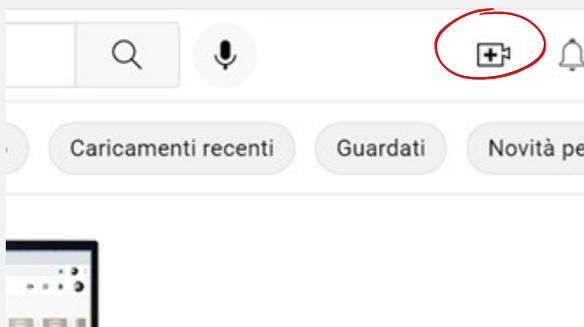
YouTube è una piattaforma web 2.0 fondata il 14 febbraio del 2005 e che nell'ottobre del 2006 è stata acquistata dalla compagnia statunitense Google. È il secondo sito più visitato al mondo.

Permette di caricare e visualizzare contenuti multimediali come video clip, trailer, shorts, notizie e live streaming.

## COME CARICARE UN VIDEO

Sulla pagina principale premi l'icona con il simbolo "+" in alto. Scegli fra "carica video" e "seleziona file" e l'upload inizierà automaticamente. Premi importa per importare un video da Google Drive. Puoi inserire anche titolo, descrizione e l'immagine di copertina del video.

Il video può essere pubblico o privato, e può essere programmata una data e orario per la pubblicazione del video. Il video può essere inserito in una playlist attraverso il pulsante "Aggiungi alla playlist"-



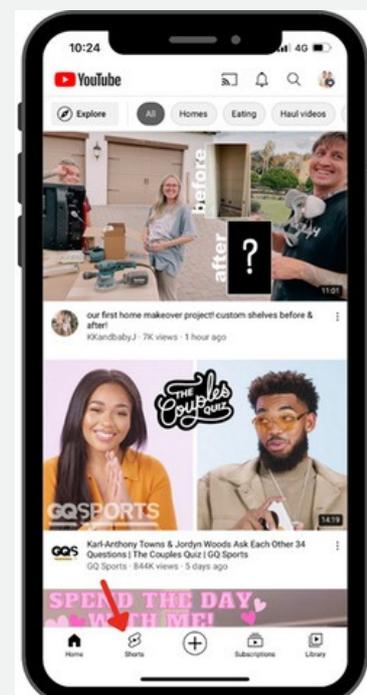
## SHORTS

Puoi fare dei brevi video, chiamati Shorts, lunghi massimo 60 secondi, usando direttamente la fotocamera del tuo telefono.

Accedi al tuo canale YouTube. Premi "+"; e poi il simbolo della fotocamera. Lascia l'opzione default di 15 secondi o premi il numero 15 sopra il pulsante "registra" per estenderlo a 60 secondi. Registra il tuo video premendo e mantenendo premuto il pulsante di registrazione, o premendo una volta per iniziare e una volta per fermare il video. Premi il pulsante "fatto" per vedere un'anteprima. Potenzia il video con filtri e cambia la velocità per riprodurlo velocemente o lentamente.

Premi "avanti" e aggiungi un titolo, descrizione, e altri dettagli.

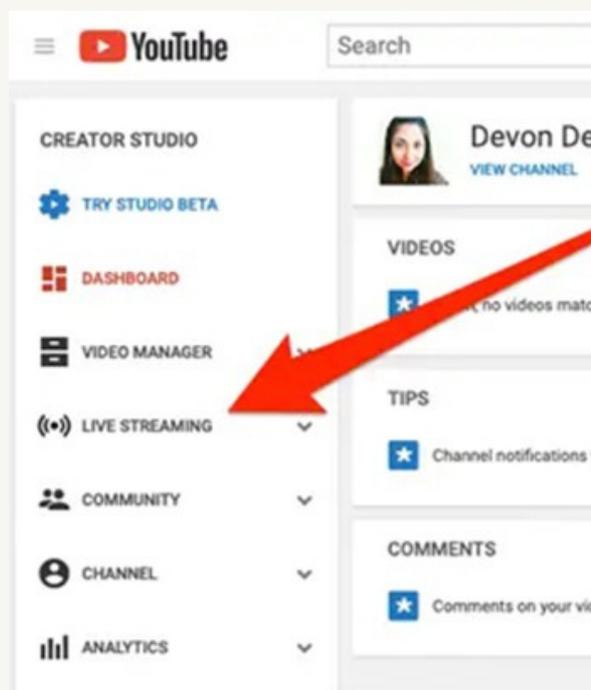
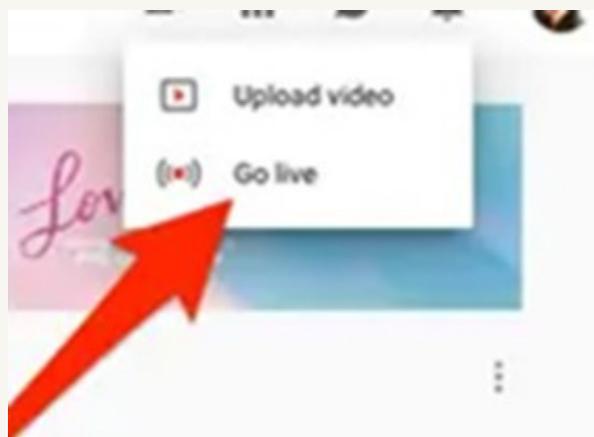
Premi "carica".



# Live streaming

Su YouTube puoi trasmettere live, così i tuoi followers possono seguirti in tempo reale. Vai in alto a destra nella pagina principale sulla voce "crea". È l'icona della fotocamera con il simbolo "+". Seleziona "Live".

Scegli un orario per andare live quando entri nella "YouTube Live Control Room". Se non vedi questa opzione, scegli "webcam" dalle opzioni nella parte sinistra. Scegli un titolo, una descrizione, una categoria, un'anteprima, se vuoi aggiungere una playlist e renderlo visibile ai bambini. Se vuoi monetizzare lo stream, puoi farlo. Scegli le impostazioni per la chat della live e scegli se sarà visibile solo agli iscritti o a tutti. Scegli la velocità a cui si possono mandare i messaggi. Puoi rendere la live pubblica, privata o non visibile. Dopo che hai fatto la tua scelta, procedi.



# COME GUADAGNARE CON YOUTUBE

Per guadagnare con YouTube devi affiliarti direttamente con YouTube, che garantisce tale servizio a chi ha almeno:

4000 ore di visualizzazioni.

1000 iscritti

Un account AdSense

Rispetto per la community

Politiche di monetizzazione

Vive in un paese dove il servizio di affiliazione è attivo.



Google AdSense

# CONSIGLI PER DIVENTARE VIRALE

Presta attenzione al "set" in cui giri il video: posiziona correttamente le luci e assicurati che il video abbia una buona qualità.

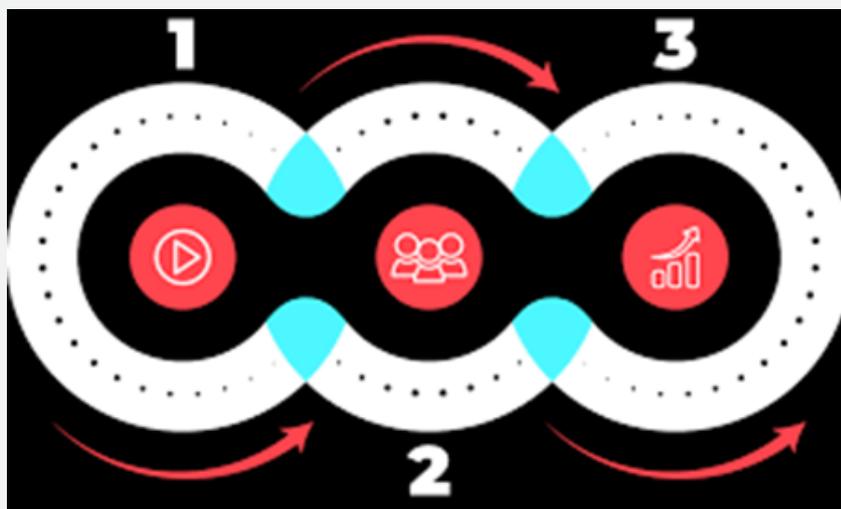
Segui i trend del momento

Aggiungi musica ai tuoi video

Sii originale e te stesso, non avere paura di esprimerti

Collabora con altri youtuber oppure sponsorizza prodotti

Interagisci coi tuoi follower durante le live



DIVENTA UN INFLUENCER 2VIP

# INSTAGRAM

Capire instagram

**IMPARA**

# Cos'è Instagram?

Instagram è un social gratuito nato nel 2010.

Permette di scattare, modificare con filtri e caricare foto e video, e di condividerle con altri utenti.

La funzione più popolare sono le storie Instagram.

Puoi anche chattare, fare live stream e comprare nella sezione acquisti.

Nel 2012, la compagnia è stata comprata da Facebook.



2010



2010 - 2011



2011 - 2016



2016 - 2022



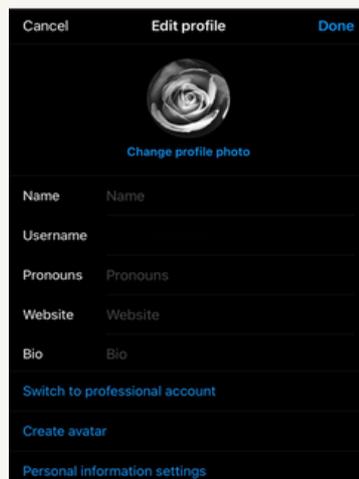
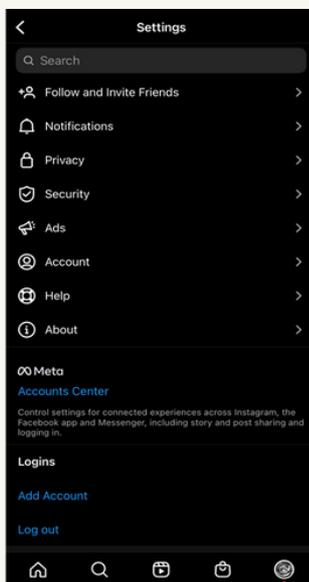
2022 - now

## Crea il tuo profilo

Ottieni il tuo account cliccando accedi o iscriviti.

Inserisci il tuo numero o la tua mail (o accedi direttamente con il tuo profilo Facebook). Inserisci nome e cognome, un nickname e la password.

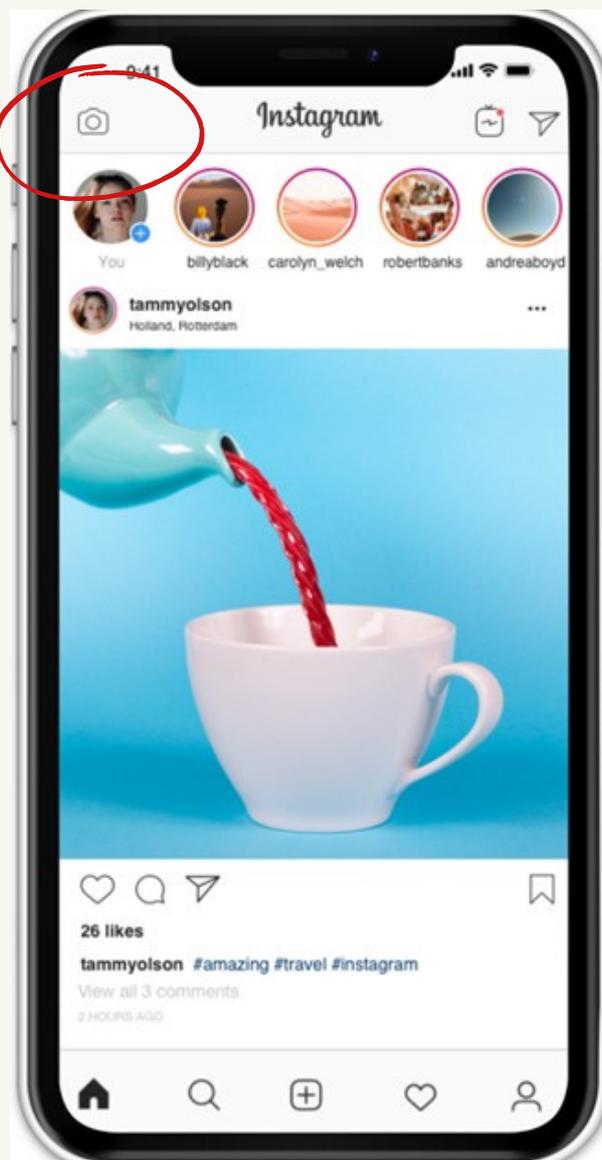
The image shows the Instagram sign-up form. At the top, it says "Instagram" in a script font. Below that, it says "Sign up to see photos and videos from your friends." There is a blue button with the Facebook logo and the text "Log in with Facebook". Below this, it says "OR" and then there are four input fields: "Mobile Number or Email", "Full Name", "Username", and "Password". At the bottom, there is a blue button labeled "Next".



Scegli una foto profilo.  
Scrivi una biografia o aggiungi un sito web.  
Il tuo account può essere pubblico, privato o business.

# Come postare storie

Le storie Instagram sono visibili dai tuoi followers per 24 ore. Per prima cosa clicca sulla “tua storia” in alto a sinistra.



# Come pubblicare foto o video

Per postare una foto o un video, premete il pulsante "+" in alto a destra. Selezionat l'opzione "post". Caricate foto dalla galleria o scattatele sul momento, potete caricare più foto e video nello stesso post.



## Come fare un reel

Registra e modifica video multi-clip da 15 secondi con audio, effetti, e nuovistrumenti creativi.

Puoi condividere reels con i tuoi followers sul Feed, e, se il tuo profilo è pubblico, renderli pubblici. Seleziona Reels in fondo alla fotocamera di Instagram.

Audio: Cerca una canzone dall'archivio musicale di Instagram. Puoi anche semplicemente usare un tuo audio originale, registrandolo mentre fai il reel.

Effetti AR: Seleziona uno dei tanti effetti nella galleria effetti creati sia da Instagram stesso che da vari creatori.

## Consigli per avere più like e followers

Usa dai 5 ai 10 hashtags.

Usa hashtags riguardanti le foto e i video.

Foto/video di alta qualità

Interagisci con altri utenti.

Usa la funzione "live"

Scrivi descrizioni delle foto e dei video

Pubblica regolarmente.



DIVENTA UN INFLUENCER 2VIP

# Social media per no-profit e individui

# Scegli le piattaforme

La maggior parte delle no-profit non ha bisogno di essere presente su ogni singola piattaforma social.

Piuttosto, le migliori piattaforme per no-profit dipendono dal tipo di contenuti che si vogliono condividere, dal target che si vuole raggiungere, e da dove i propri sostenitori sono già attivi.

**Facebook:** Usato principalmente da persone di tutte le età (anche se gli adolescenti sono in minoranza), Facebook è eccellente per condividere eventi, raccolte fondi, immagini, video, e testi. Le storie e le live di Facebook continuano ad essere popolari.

**Twitter:** Il limite di caratteri rende Twitter il migliore per aggiornamenti rapidi, discussioni e interazione con i media. Anche le organizzazioni no-profit che fanno molta difesa o attivismo possono trovare in Twitter una buona piattaforma per organizzare e comunicare azioni o eseguire campagne di hashtag.

**Instagram:** Piattaforma altamente visiva, utile per video, foto e contenuti ad alto impatto.

**LinkedIn:** Progettato per il networking professionale, LinkedIn ti connette con gente di talento durante l'assunzione e può aiutare a raggiungere i donatori aziendali e saperne di più sulle carriere e le connessioni dei tuoi donatori.

**TikTok:** Una piattaforma basata sui video famosa fra gli adolescenti. Gli utenti registrano e condividono video di breve durata, fino a un massimo di 10 minuti, con musica. Gli utenti partecipano anche in sfide e progetti che beneficiano i no-profit aumentando conoscenza e fondi.



# INIZIA DALLA STRATEGIA

Puoi fare molta più strada sui social se inizi con una strategia.

Uno degli errori più comuni è quello di lanciarsi sui social a casaccio tanto perchè lo si deve fare, postando foto e video senza alcuna strategia. Così i social non danno i risultati sperati, uno si scoraggia e li abbandona. Hai molte più possibilità di successo se adotti una strategia social - non deve essere troppo complessa.

## Scopi e obiettivi chiari

Per prima cosa, perchè vuoi usare i social media?

Cosa speri di ottenere?

Una volta capito lo scopo, puoi decidere degli obiettivi. Un obiettivo "SMART" può aiutarti nel processo.

SMART significa:



**Specifico:** Decidi specificamente cosa vuoi ottenere.

**Misurabile:** non essere vago, datti obiettivi del tipo: “posta questo contenuto x volte a settimana”, o “aumenta i tuoi followers del 20%” etc.

**Accessibile:** Organizza i tuoi obiettivi in base al tuo tempo e budget. Se sei una sola persona non puoi avere gli stessi obiettivi di una azienda con uno staff di 10 persone.

**Rilevante:** Il tuo obiettivo è in linea con le tue necessità e lo scopo del perchè sei sui social? Se il tuo obiettivo è educare i tui followers, non dovresti dedicarti a fare raccolte fondi.

**Tempestivo:** Fatti un calendario. Datti obiettivi tipo: “quando saprò di aver raggiunto questo obiettivo?” o “quanto a lungo proverò una determinata strategia prima di abbandonarla?”

# La Target Audience

## DEVI RISPONDERE AD ALCUNE DOMANDE

A chi vuoi comunicare?

Guarda ai tuoi followers attuali e ai tuoi sostenitori e considera i loro interessi.

A quale tipo di contenuto rispondono più facilmente?

Su quali piattaforme sono più attivi?

## LA "PERSONA"

Una "persona" è uno schizzo del membro ideale della tua audience, e include i dati demografici, interessi, punti deboli e storia del coinvolgimento. Questo personaggio fittizio permette di empatizzare e indirizzare la propria comunicazione.



Creare una persona  
ti aiuterà a  
capire i bisogni dei  
tuoi utenti,  
le loro esperienze,  
comportamenti e  
obiettivi.

Creare una persona ti aiuterà a capire i bisogni dei tuoi utenti, le loro esperienze, comportamenti e obiettivi.



- Nome
- Genere
- Luogo
- Occupazione
- Obiettivi
- Gender
- Sfide
- Stile di vita
- Canali attivi
- Preferenze di contenuto
- Hashtag
- Influencer
- Hobby

## SVILUPPA UNA "PERSONA"

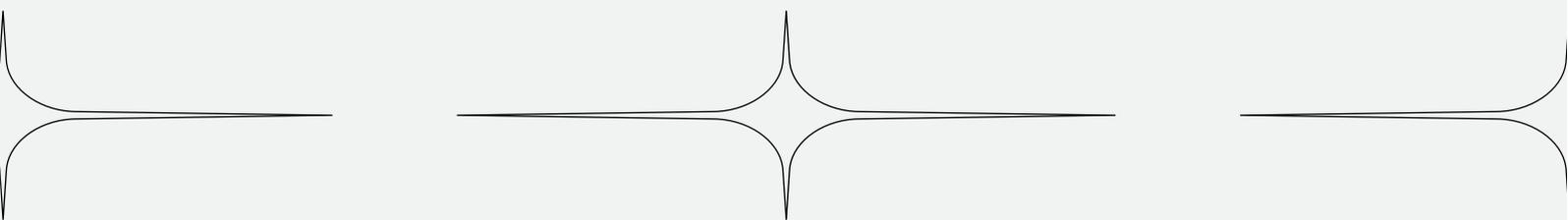
 <p><b>ETHAN SMITH</b> Male, 25 years</p> <p><b>Location:</b> Dallas, Texas <b>Designation:</b> Marketing Manager</p>	<p><b>GOALS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• To start investing money</li> <li>• To start a side hustle</li> <li>• To have two to three streams of income</li> </ul>	<p><b>SOCIAL MEDIA</b></p> <p><b>Active channels</b></p> 
	<p><b>CHALLENGES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Not knowing where or how to start a side hustle.</li> <li>• Afraid that he will not be able to manage his expenses once he grows older or will not be able to clear student loans</li> </ul>	<p><b>Content preferences</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• YouTube videos</li> <li>• Instagram Stories</li> <li>• Instagram Reels</li> </ul>
	<p><b>BUYING TRIGGERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reading success stories of side hustles</li> <li>• Watching how-to video interviews on social media</li> <li>• Testimonials from friends</li> </ul>	<p><b>Hashtags</b></p> <p>#football #fitness, #sidehustle #investing</p>
	<p><b>LIFESTYLE</b></p> <p>Lives alone in an apartment</p>	<p><b>Influencers</b></p> <p>@sommerray @krisgethin, @cristiano @193countries</p>
		<p><b>HOBBIES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Horticulture</li> <li>• Reading</li> <li>• Watching TV shows and movies</li> <li>• Attending stand-up comedy events</li> </ul>



# Pianificazione

Quanto spesso vuoi postare su ogni piattaforma?

In generale, postare con frequenza e qualità è meglio che postare con sola frequenza. Meglio un post di alta qualità una volta a settimana che diversi post a casaccio, seguiti da intervalli di inattività.



## Social Media Identity

COME VUOI PRESENTARTI SUI  
SOCIAL MEDIA?



- Ruoli e responsabilità (chi posta cosa?)
- Che tipo di contenuti condividi?
- La voce e la tonalità a cui aspiri
- Le norme con cui rispondi ai commenti
- Come gestisci i conflitti

# Buone norme per postare

Cosa dovresti postare esattamente sui social media? Dipende molto dalla tua missione e dalla tua audience. Queste 5 ottime pratiche ti aiuteranno per sviluppare il tuo approccio ai contenuti, non importa in che tipo di organizzazione lavori.

## RENDILO VISIVO

I social usano la parola scritta, ma la loro vera forza risiede negli aspetti visuali. I contenuti visivi includono grafici, video, e fotografie. È l'ossatura di piattaforme come Instagram, ma è essenziale anche per altre piattaforme. Ricorda che le persone sono più portate a ricordare e consumare contenuti con effetti visivi.

Fare foto e video agli eventi è un'ottima forma di contenuti visuali, ma non scordare che lo sono anche gli infografici, le illustrazioni e le slide.

## FAI DOMANDE

I no-profit che usano i social media con successo non si limitano a diffondere le loro notizie, ma instaurano una conversazione. Chiedi alla tua audience opinioni, feedback e idee. Poi, invitali a partecipare ai tuoi social attraverso domande, sondaggi e interviste. È più coinvolgente per i tuoi followers e ti aiuta a conoscerli meglio. Anche una conversazione dai toni leggeri può aiutarti nell'impresa.

## PROVIDE VALUE

Perché i tuoi sostenitori ti seguono? Cosa ottengono a interagire con te sui Social media? Presta attenzione ai tipi di post con cui la tua audience interagisce di più, e dagliene in abbondanza. Chiediti, "qual è il valore per i followers?" ad ogni post.

Generalmente, l'80% dei tuoi contenuti dovrebbe informare, ispirare o intrattenere i tuoi supporters, mentre solo il 20% dovrebbe essere di auto promozione.

## RISPONDI AL TUO PUBBLICO

I social media sono interattivi. Quando gli utenti ti fanno una domanda o commentano sperano che tu gli risponda. Fai uno sforzo e rispondi velocemente, anche se è solo un "grazie per il feedback o un "buono a sapersi!"

# SII AUTENTICO

I social media ti permettono di mostrare solo i tuoi momenti più brillanti. Come tanti influencer di Instagram, alcune no-profit mantengono la loro presenza social superficialmente perfetta. Può sembrare allettante, ma se non scavi più a fondo potresti rinunciare all'autenticità.

I social media della tua no-profit sono un'occasione per essere autentici e dare ai propri follower uno sguardo al dietro le quinte del proprio lavoro, le persone che lo fanno e il cambiamento che portano avanti.

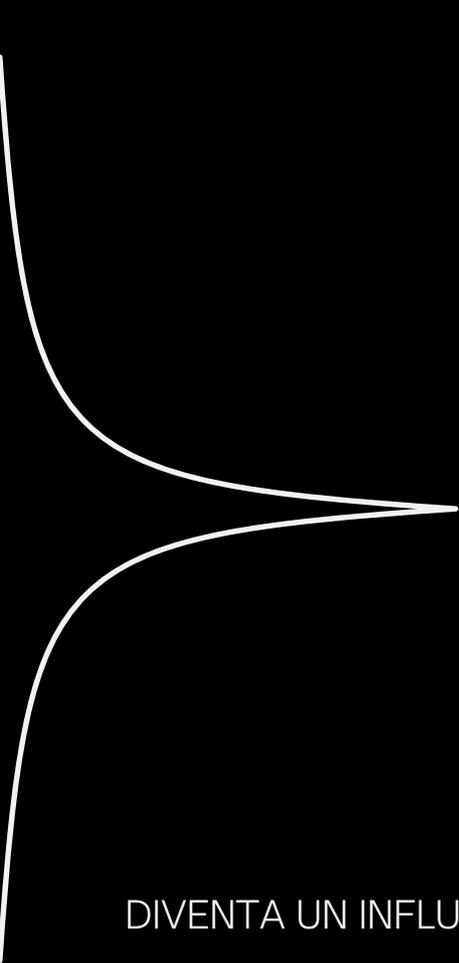
Sebbene sia importante essere professionali, non bisogna avere paura di mostrare chi sei in quanto associazione - parla di ciò che ti rende felice, cosa ti fa arrabbiare, e che cosa ti motiva - è molto più interessante e autentico di un'immagine perfetta.



## Tipi di contenuti sui Social Media

Ecco alcuni tipi di contenuti diversi che si possono postare sui social media, per aiutarti a pianificare strategie e calendari:

- Animazioni
- Articoli
- Contenuti dietro le quinte
- Blog post
- Feedback dei partecipanti
- Meme
- Citazioni
- Tips and Tricks
- Contenuto sui follower
- News dell'organizzazione
- Dipendenti
- Eventi
- Contenuto sulla città/Paese
- Frequently Asked Questions (FAQs)
- GIFs
- Omaggi
- Novità
- Infografici
- Video Live
- Dati di mercato



DIVENTA UN INFLUENCER 2VIP

2vip

PRO XPERT

CEBS

FONDAZIONE TOSCANA SOSTENIBILE

MOBILIZING EXPERTISE

REAL TIME

