

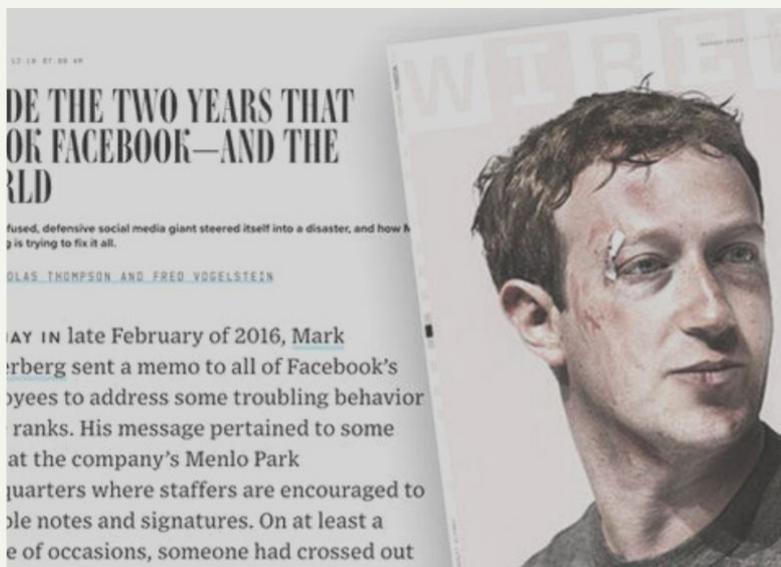


# Uso professionale di Facebook per la PA

**Andrea Marrucci**

*Esperto comunicazione social di Formez Pa*

4 novembre 2020



FACEBOOK E'  
ANCORA UN  
SOCIAL  
IMPORTANTE?

NEL 2018 WIRED USA DEDICA LA COPERTINA AL FONDATORE DEL SOCIAL NETWORK E RACCONTA DELLA IMMINENTE CRISI DI FACEBOOK

## UN PO' DI STORIA

FEBBRAIO  
2004

NASCE THE  
FACEBOOK

DICEMBRE  
2004

1 MILIONE DI  
UTENTI MENSILI

AGOSTO  
2008

100 MILIONI DI  
UTENTI

OTTOBRE  
2012

1 MILIARDO DI  
UTENTI

DICEMBRE  
2018

2,3 MILIARDI DI  
UTENTI



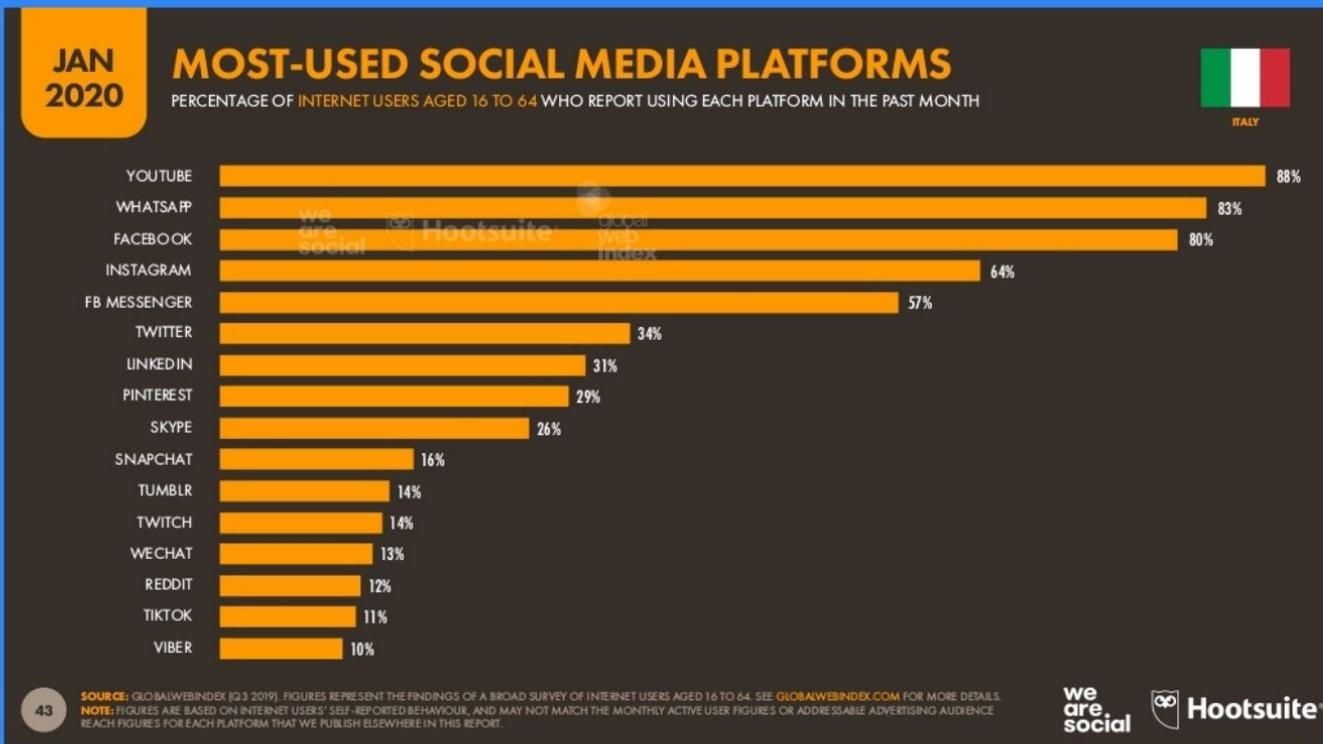
## NUMERI 2020

Revenue: \$ 18,68 miliardi (+11%)

Utenti mensili: 2,7 miliardi (+12%)

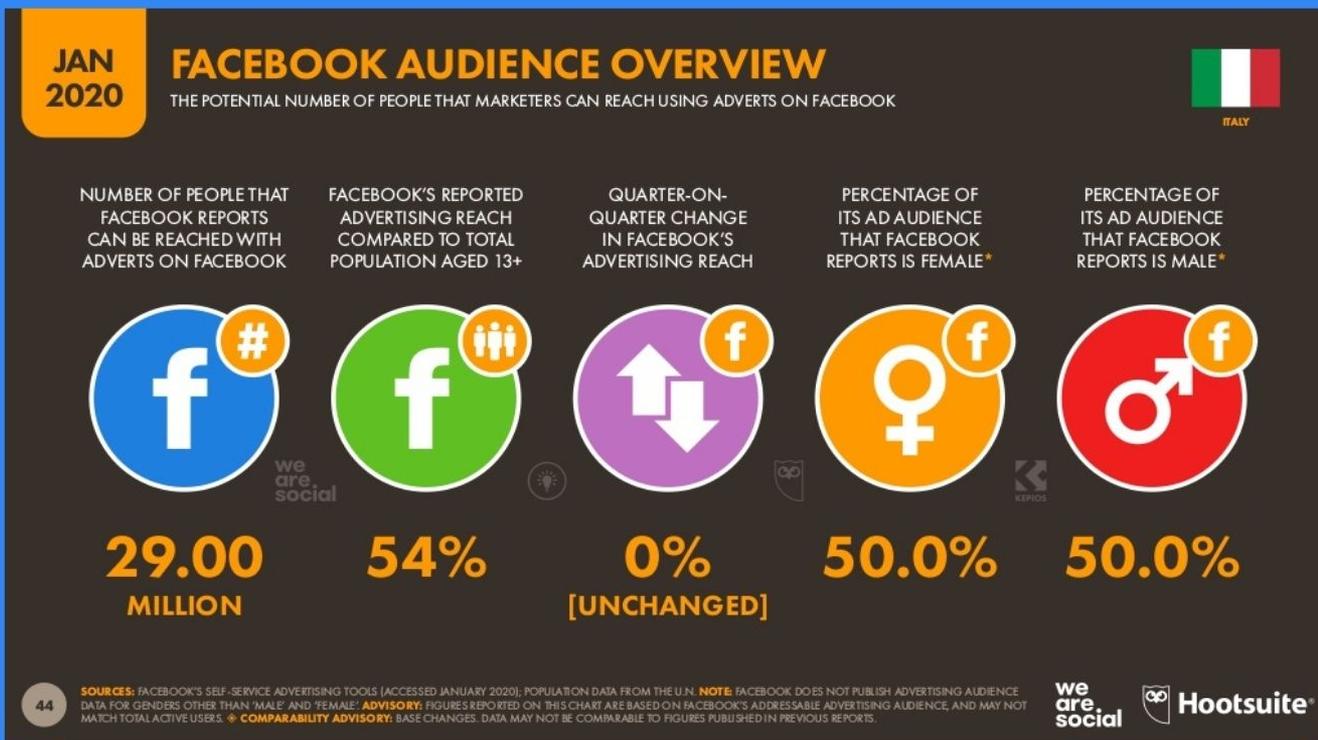
Utenti giornalieri: 1,79 miliardi (+12%)

	Three Months Ended June 30,		Year-over-Year % Change
	2020	2019 <sup>(1)</sup>	
In millions, except percentages and per share amounts			
Revenue:			
Advertising	\$ 18,321	\$ 16,624	10%
Other	366	262	40%
Total revenue	18,687	16,886	11%
Total costs and expenses	12,724	12,260	4%
Income from operations	\$ 5,963	\$ 4,626	29%
Operating margin	32%	27%	
Provision for income taxes	\$ 953	\$ 2,216	(57)%
Effective tax rate	16%	46%	
Net income	\$ 5,178	\$ 2,616	98%
Diluted earnings per share (EPS)	\$ 1.80	\$ 0.91	98%



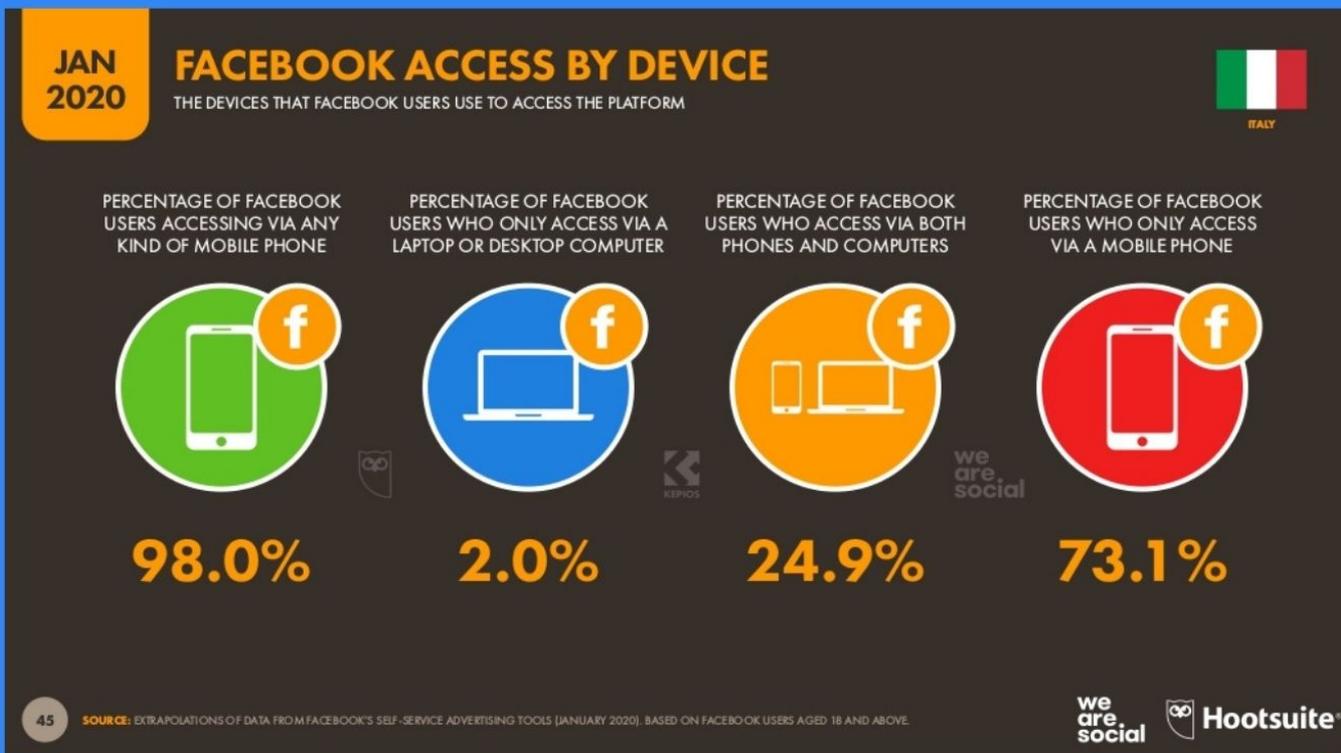
## Piattaforme più utilizzate in Italia

# FACEBOOK PER LA PA

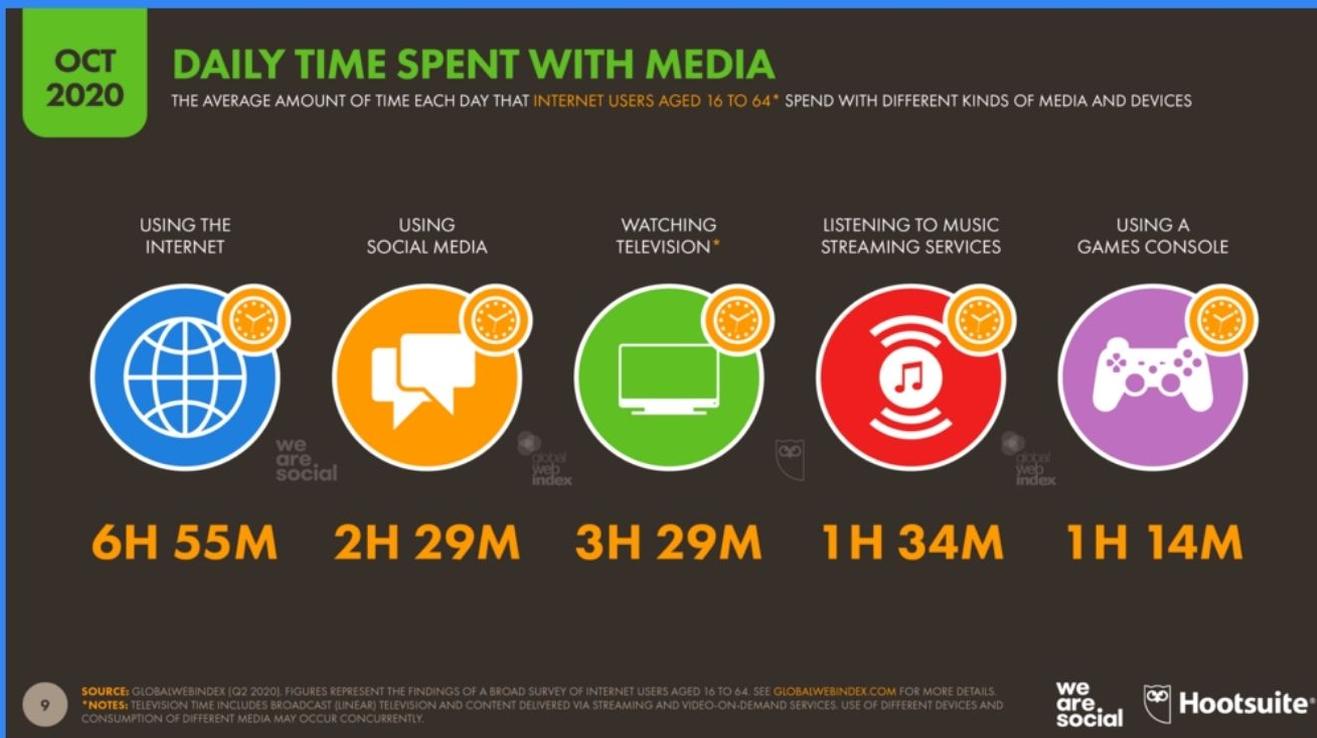


## 29milioni su Facebook

# FACEBOOK PER LA PA



**Si accede da smartphone**



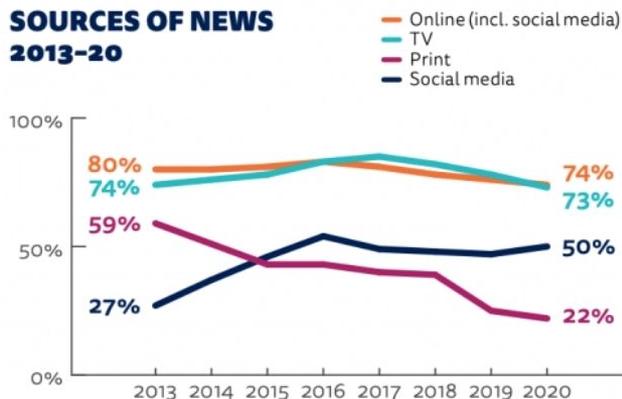
## Il tempo speso sui social

Report We Are Social aggiornamento ottobre 2020

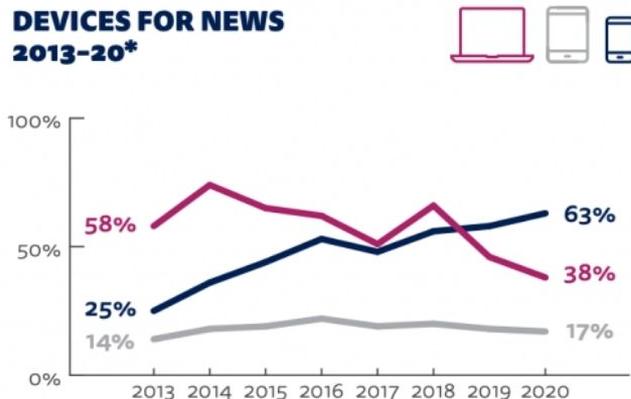
Oltre a fare shopping,,  
ascoltare musica e giocare...  
ci informiamo

## CHE CI FACCIAMO?

**SOURCES OF NEWS  
2013-20**



**DEVICES FOR NEWS  
2013-20\***



\*2018 figures for computer use were likely overstated due to an error in polling.

# FACEBOOK PER LA PA

## TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING

Rank	Brand	For News	For All	Rank	Brand	For News	For All
1	 Facebook	56% (+2)	75%	4	 Instagram	17% (+4)	48%
2	 WhatsApp	29% (+2)	82%	5	 Facebook Messenger	9% (+1)	41%
3	 YouTube	24% (-1)	67%	6	 Twitter	9% (+1)	18%

**Facebook è il social più utilizzato per le notizie (56%), seguito da WhatsApp (29%) e YouTube (24%).**

**Tab. 8 - Andamento delle quote di utenza dei mezzi come fonte d'informazione, 2017-2019**  
(val. %)

	2017	2018	2019	Diff. % 2018-2019
Telegiornali	60,6	65,0	59,1	-5,9
Facebook	35,0	25,9	31,4	5,4
Motori di ricerca su internet	21,8	14,0	20,7	6,7
Tv all news	20,2	22,6	19,6	-3,0
Quotidiani cartacei a pagamento	14,2	14,8	17,5	2,8
Giornali radio	22,4	20,0	16,7	-3,3
Siti web d'informazione	10,3	13,3	14,5	1,2
YouTube	12,6	7,3	11,9	4,7
Quotidiani online	10,0	8,9	11,4	2,4
Televideo	11,0	8,6	9,4	0,8
App su smartphone	8,6	5,2	8,9	3,7
Settimanali/mensili cartacei	9,6	6,0	8,0	2,0
Blog/Forum online	4,1	4,0	4,3	0,3
Free press	5,0	3,7	3,7	
Servizio sms tramite telefono cellulare	3,7	2,8	3,6	0,9
Twitter	4,8	1,8	2,8	1,0

Facebook è battuto solo dai tg e torna a crescere

# FACEBOOK PER LA PA

## PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE CONSULTATE IN RETE



Facebook  
supera anche  
i portali di  
informazione

# FACEBOOK PER LA PA



Facebook è nato come rete di profili personali diffusa nei college americani  
Poi sono nati i gruppi e le pagine



## I GRUPPI

Su Facebook gli utenti possono creare gruppi di profili personali che ruotano intorno a interessi comuni. I gruppi possono essere aperti o chiusi



La pagina è lo strumento che Facebook mette a disposizione per rappresentare, fra le tante categorie disponibili, anche un Ente Pubblico. Le pagine possono essere verificate, garantendo in questo modo l'autenticità della fonte e un miglior posizionamento nei risultati di ricerca su Facebook



**PAGINE**

Creare una pagina ufficiale è la scelta migliore per rappresentare enti, aziende, brand etc, in maniera conforme ai Termini di servizio del social network e alle Linee guida per la pubblica amministrazione.

La pagina può essere amministrata da più profili personali, ciascuno con diverso ruolo e possibilità di modifica (dal moderatore all'analista dei dati).



**PAGINE**

La pagina offre la possibilità di analizzare i dati di accesso tracciando un accurato profilo socio-demografico della propria utenza ed evidenziando i contenuti di maggior successo presso il proprio pubblico di riferimento. Consente inoltre di programmare la pubblicazione dei contenuti, di differenziarla a seconda di nicchie e segmenti specifici di pubblico, di arricchirla con nuove applicazioni e sezioni personalizzate.



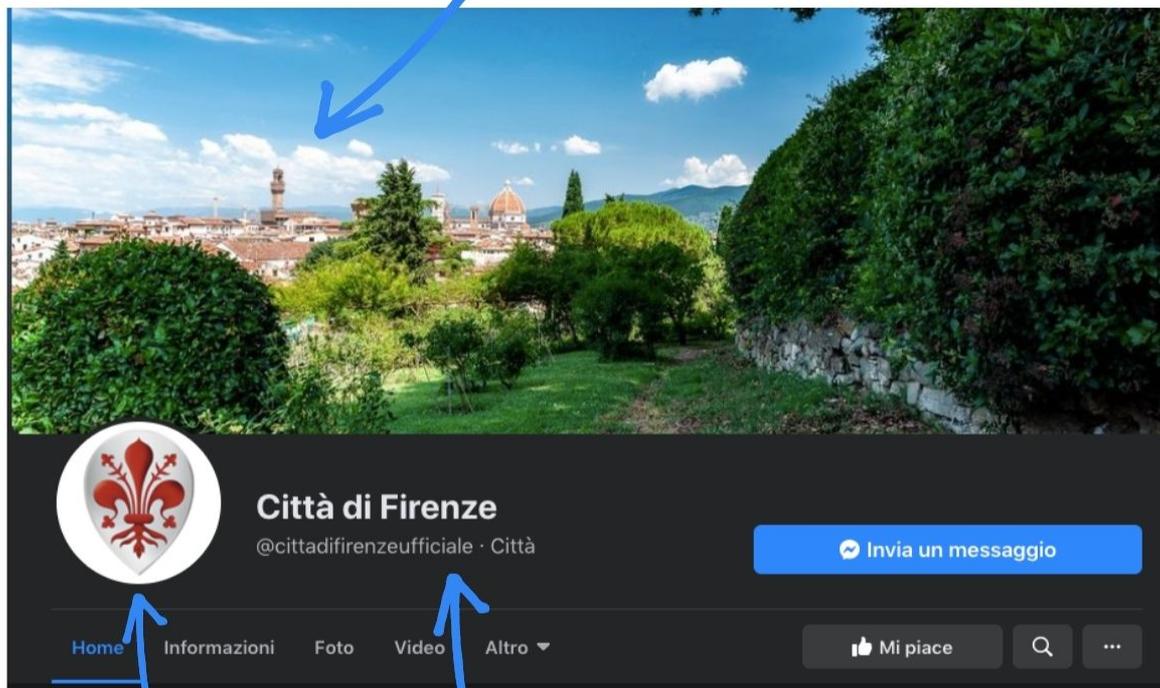
**ALT !**  
**FARSI**  
**RICONOSCERE**



**DI QUALE COMUNE  
D'ITALIA SARA' QUESTA  
IMMAGINE DI COPERTINA?**

# FACEBOOK PER LA PA

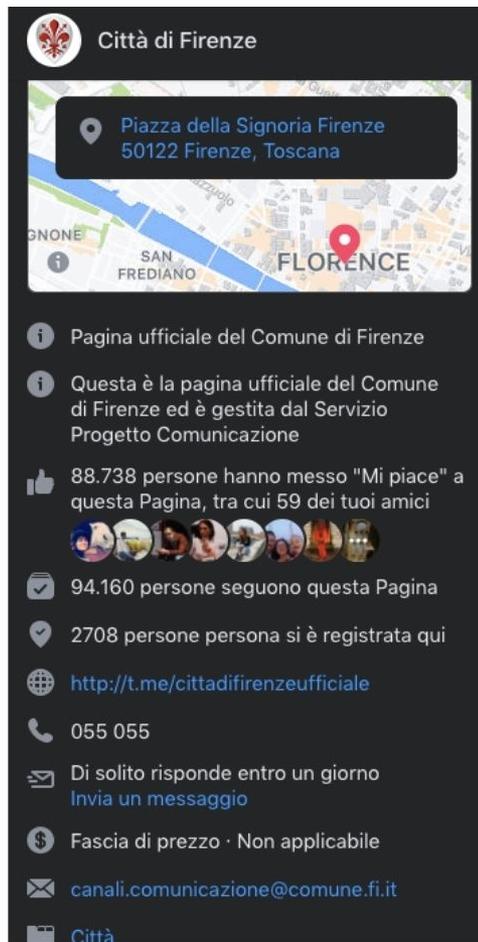
IMMAGINE DI COPERTINA  
FACILMENTE  
RICONOSCIBILE



PROFILO  
UTENTE CON  
STEMMA DEL  
COMUNE

NOME UTENTE  
CHIARO

# FACEBOOK PER LA PA



PAGINA UFFICIALE

LINK AL  
CANALE  
TELEGRAM

MAIL DI  
RIFERIMENTO

# FACEBOOK PER LA PA



← POSSIBILITA'  
DI POSTARE

← RUBRICA  
SULLA CITTÀ



**CHI SI NASCONDE  
DIETRO L'IMMAGINE DI  
COPERTINA?**

# FACEBOOK PER LA PA

INSERIMENTO DI GRAFICA  
PER MIGLIORARE  
RICONOSCIBILITÀ



SPUNTA BLU

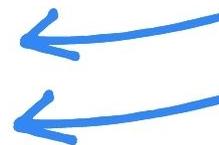
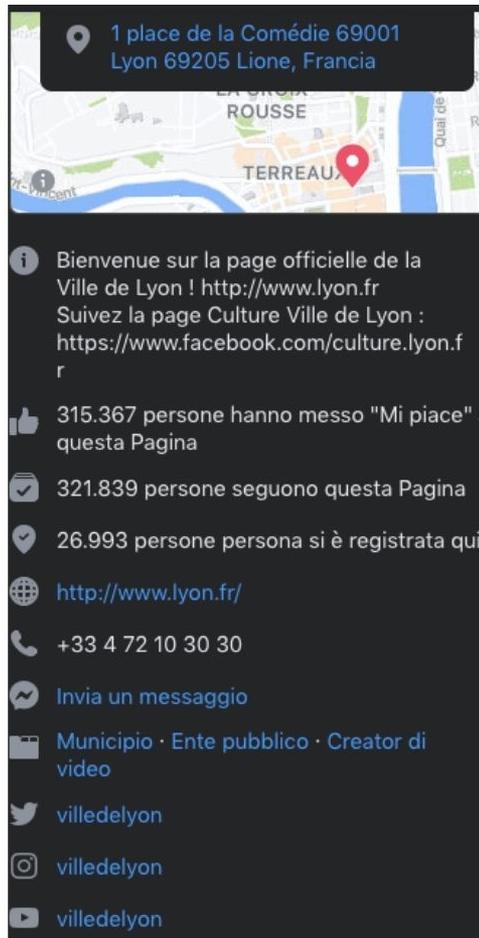
REINVIO AL  
SITO WEB DEL  
MINISTERO

# FACEBOOK PER LA PA

USO COPERTINA PER  
MANDARE MESSAGGIO



# FACEBOOK PER LA PA

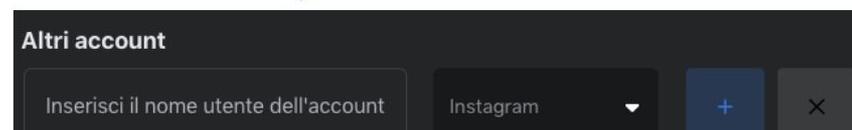
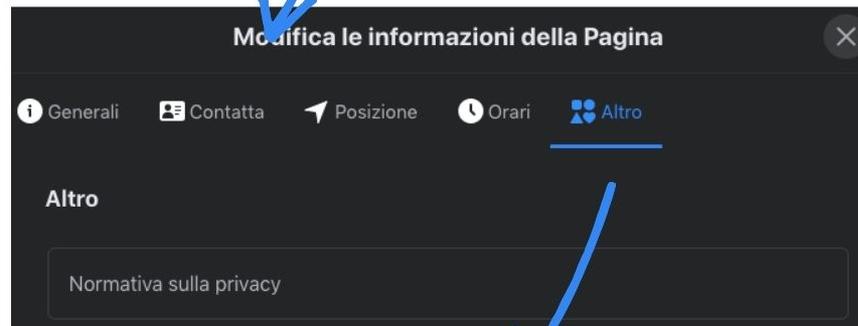


LINK AGLI  
ALTRI SOCIAL  
NETWORK

# FACEBOOK PER LA PA



CURIAMO LE  
INFORMAZIONI  
DELLA NOSTRA  
PAGINA



## PAGINE EVENTO

Gli eventi rappresentano un ulteriore modo per “essere presenti” e avere seguito su Facebook



## GRUPPI

Sono gruppi di persone-utenti con interessi comuni che desiderano confrontarsi, aiutarsi, conoscersi. L'interazione nei gruppi è solitamente più alta che sulle pagine. Hanno una maggiore propensione a far conoscere le persone.





**GRUPPO DELL'AZIENDA SANITARIA  
TOSCANA SUD EST  
COLLEGATO ALLA PAGINA AZIENDALE**

## Contenuti





## **Scrivere post efficaci**

Brevi, chiari e facilmente comprensibili



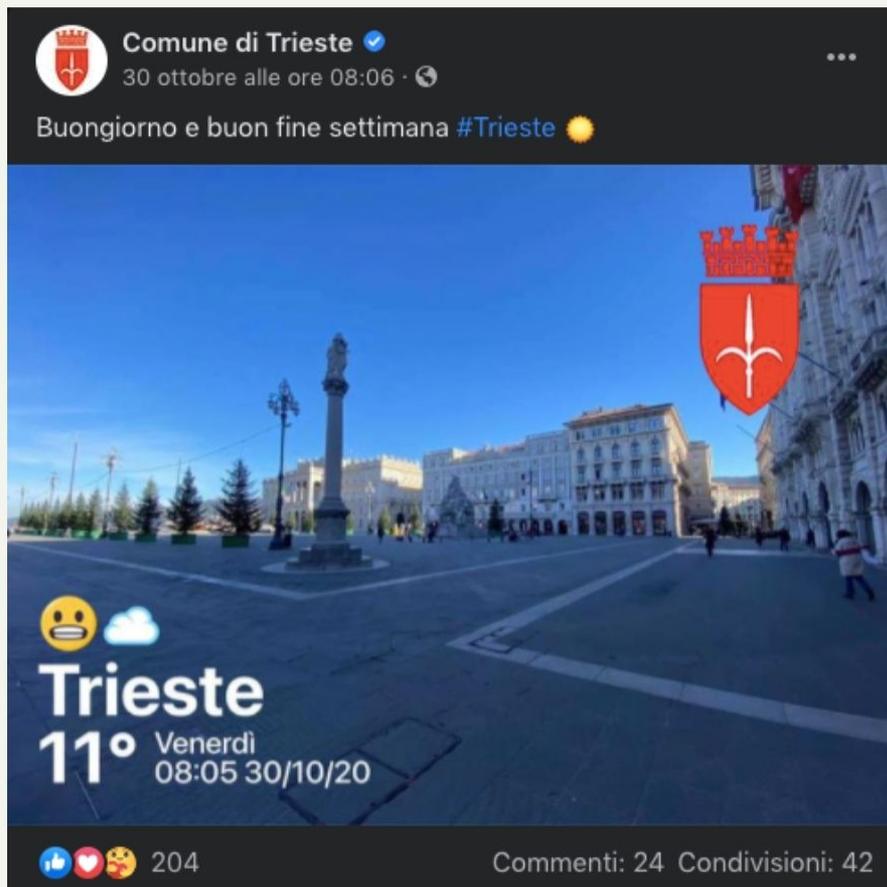
## **Immagini e video**

I contenuti visual sono quelli che hanno maggiore successo su Facebook



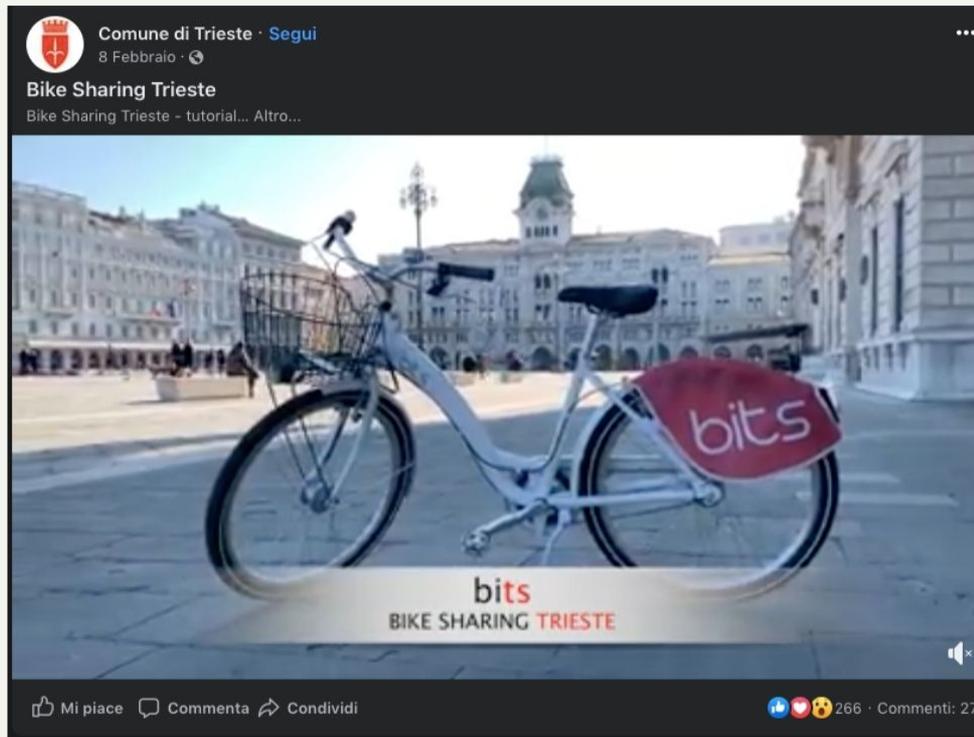
## **Avere fantasia (senza esagerare)**

Utilizzare emoticon e arricchire i nostri post per renderli più accattivanti



## Il buongiorno

Una bella immagine,  
brandizzata e  
arricchita da  
informazioni  
facilmente  
comprensibili



## Tutorial

Il Bike Sharing spiegato attraverso un video su Facebook

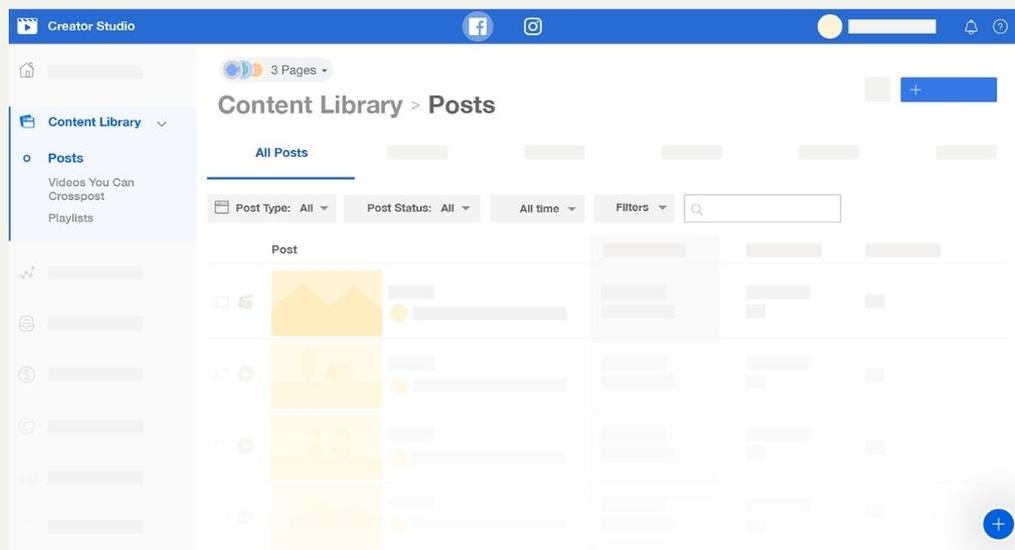
## CREATOR STUDIO

 Creator Studio

Welcome

You can now organize posts, insights and messages from all of your Pages  
in one place.

Creator Studio riunisce tutti gli strumenti per pubblicare, gestire e misurare i contenuti delle tue Pagine Facebook.



La tab Libreria di contenuti della sezione Facebook di Creator Studio ti offre una panoramica di tutti i tuoi post con video, foto, link e testo delle Pagine Facebook. Inoltre, puoi vedere i dati statistici su singoli post ed eseguire azioni come modificarli, metterli in evidenza o eliminarli.

## POST

Puoi visualizzare una panoramica di tutti i tuoi post dalle Pagine selezionate nella sezione Post della tab Libreria di contenuti.

## INSIGHT

Si possono ottenere dati statistici sulle prestazioni dei post dalla libreria dei contenuti

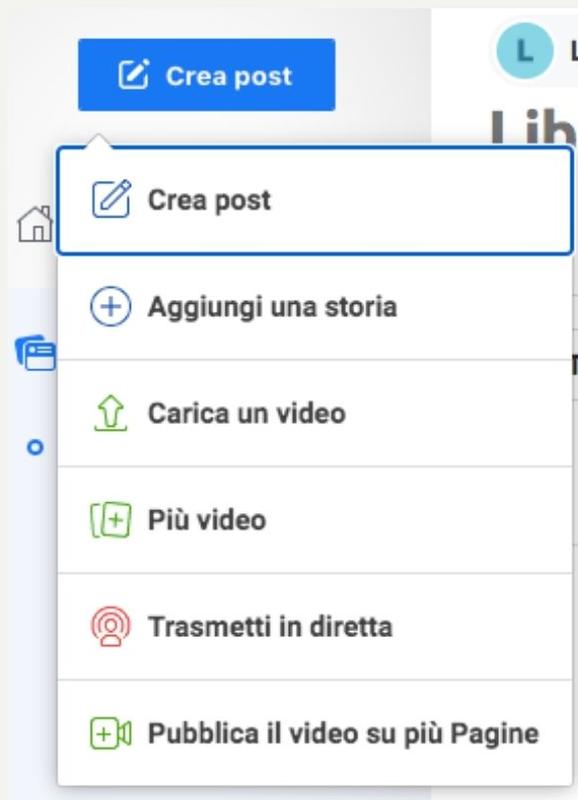
## MESSAGGI

Si possono anche controllare i messaggi diretti arrivati sulla pagina

## FILTRI E AZIONI

Si possono anche selezionare solo alcuni tipi di post cliccando ad esempio con Video, Foto, Link o Testo. Puoi filtrare ulteriormente i post per data, stato (Pubblicato, In scadenza, In diretta ora, Programmato, Bozza o Scaduto) oppure puoi trovare dei post specifici digitando un titolo o una descrizione nella barra di ricerca. Si possono inoltre compiere azioni sui post.

## PUBBLICHIAMO



### CREA POST

In alto a destra c'è il pulsante crea post che fornisce una serie di opzioni. Proviamo a caricare un video

## VIDEO EDITING SU FACEBOOK



**Titolo** Aggiungi un titolo per il tuo video qui...

**Descrivi il tuo video per far sapere alle persone di cosa tratta**

**Tag** Aggiungi parole chiave per aiutare le persone a trovare il tuo vid

**Dettagli del video**  
Aggiungi dettagli al tuo video e crea il tuo post con video.

**Immagine di anteprima**

**Sottotitoli** **Impostazione automatica attiva**  
Aggiungi sottotitoli in più lingue al tuo video.

**Sondaggi**  
Fai domande durante il tuo video per scoprire cosa pensa il pubblico.

**Monitoraggio**  
Aggiungi etichette per facilitare la gestione e la ricerca dei tuoi video.

**Strumenti di 360 Director**

**FACEBOOK E' ANCORA UN SOCIAL IMPORTANTE?**

Aa Seleziona lingua ▼

39,2% ▼

Avanti

**CARICAMENTO**  
VANNO INSERITI SEMPRE  
TITOLO E DESCRIZIONE

## VIDEO EDITING SU FACEBOOK

### Scegli un'immagine di anteprima per il tuo video

Questa immagine sarà visualizzata quando il tuo video non viene riprodotto automaticamente. Puoi selezionare un'immagine generata automaticamente, caricare un'immagine personalizzata o scegliere un fotogramma fisso dal tuo video.

#### Immagine generata automaticamente

Seleziona una di queste 10 immagini dal tuo video.



#### Immagine personalizzata

Carica un'immagine in alta risoluzione che rappresenti al meglio il tuo video.

Aggiungi immagine

#### Fotogramma del video

Scegli un fotogramma fisso dal tuo video.

Scegli un fotogramma

#### Dettagli del video

Aggiungi dettagli al tuo video e crea il tuo post con video.

#### Immagine di anteprima



#### Sottotitoli

Impostazione automatica attiva

Aggiungi sottotitoli in più lingue al tuo video.

#### Sondaggi

Fai domande durante il tuo video per scoprire cosa pensa il pubblico.

#### Monitoraggio

Aggiungi etichette per facilitare la gestione e la ricerca dei tuoi video.

#### Strumenti di 360 Director

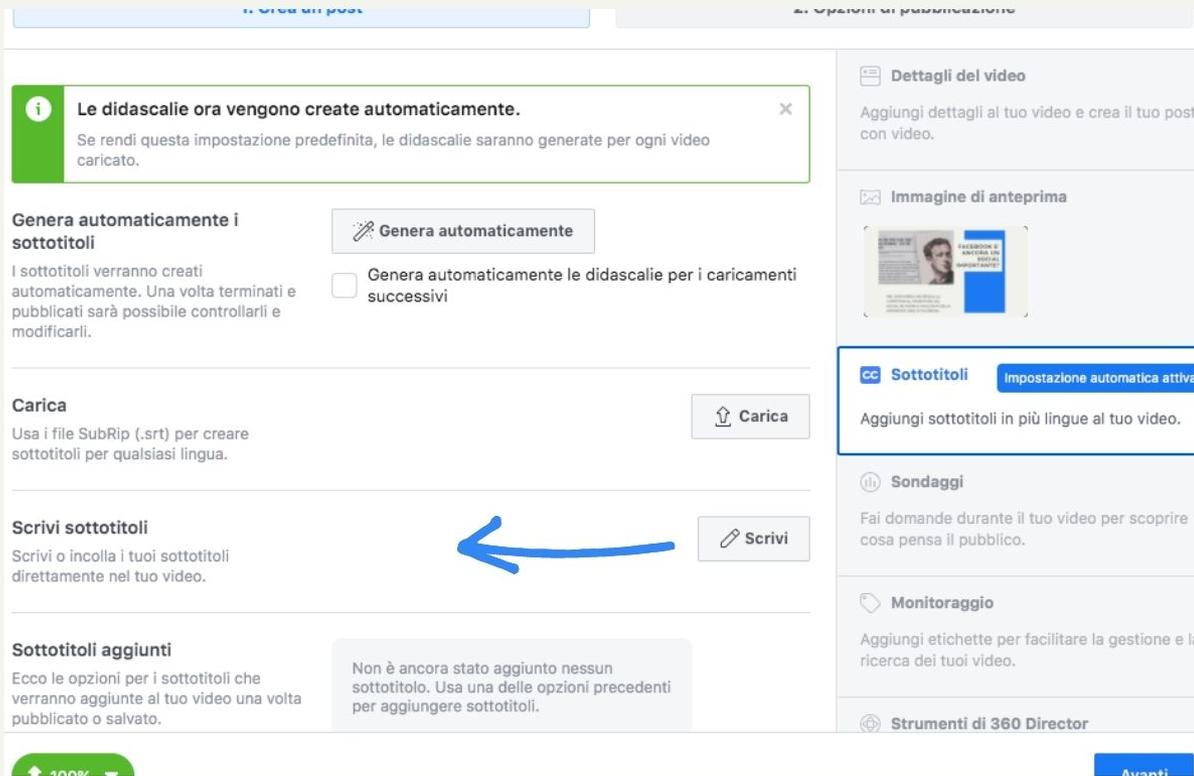
100%

Avanti

## IMMAGINE DI ANTEPRIMA

Può essere generata automaticamente o scegliamo noi con un'immagine personalizzata o un fotogramma

## VIDEO EDITING SU FACEBOOK

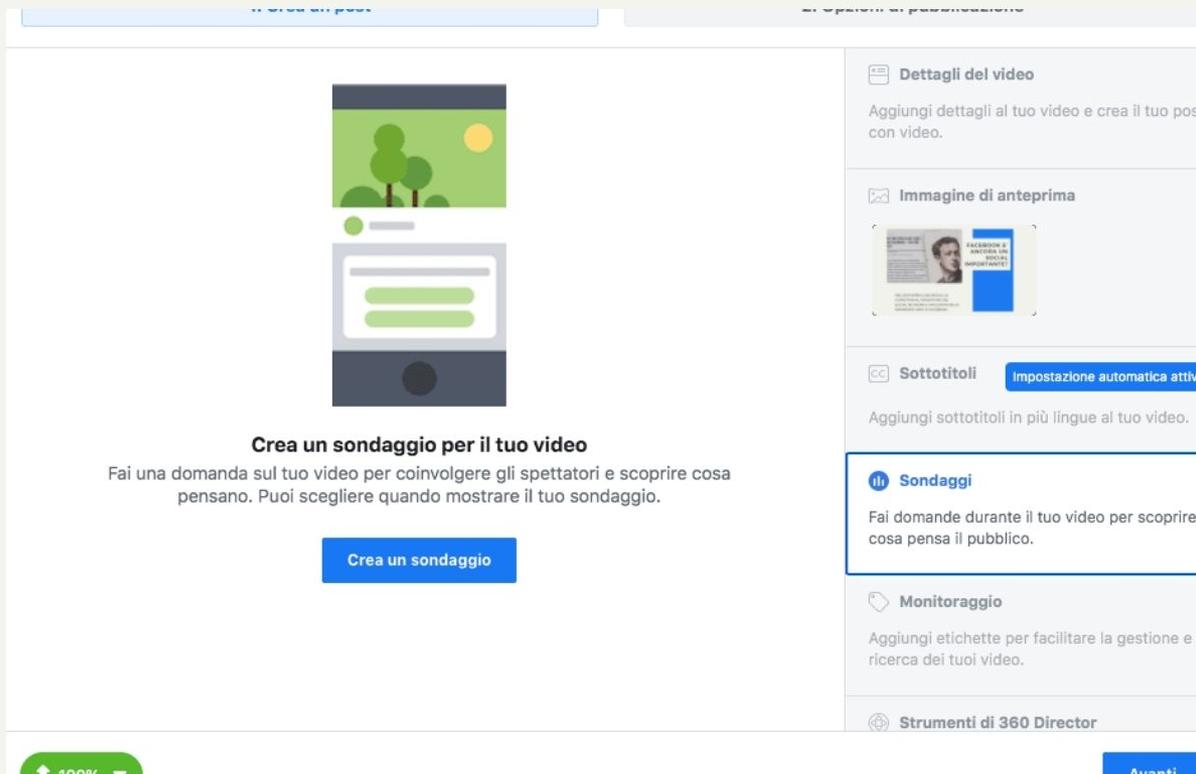


The screenshot shows the Facebook video editing interface. On the left, there are sections for 'Genera automaticamente i sottotitoli' (with a 'Genera automaticamente' button), 'Carica' (with a 'Carica' button), 'Scrivi sottotitoli' (with a 'Scrivi' button and a blue arrow pointing to it), and 'Sottotitoli aggiunti'. On the right, there are sections for 'Dettagli del video', 'Immagine di anteprima', 'Sottotitoli' (with 'Impostazione automatica attiva' and a 'CC' icon), 'Sondaggi', 'Monitoraggio', and 'Strumenti di 360 Director'. A green progress bar at the bottom shows '100%' and an 'Avanti' button.

### SOTTOTITOLI

Possiamo anche sottotitolare il video Basta usare ad esempio la funzione scrivi sottotitoli

## VIDEO EDITING SU FACEBOOK



The screenshot shows the Facebook video editor interface. On the left, there's a preview area with a video thumbnail and a 'Crea un sondaggio per il tuo video' button. The main area is divided into sections: 'Dettagli del video', 'Immagine di anteprima', 'Sottotitoli' (with 'Impostazione automatica attiva' toggle), 'Sondaggi', 'Monitoraggio', and 'Strumenti di 360 Director'. A blue arrow points to the 'Sondaggi' section.

**Crea un sondaggio per il tuo video**  
Fai una domanda sul tuo video per coinvolgere gli spettatori e scoprire cosa pensano. Puoi scegliere quando mostrare il tuo sondaggio.

[Crea un sondaggio](#)

**Dettagli del video**  
Aggiungi dettagli al tuo video e crea il tuo post con video.

**Immagine di anteprima**

**Sottotitoli** [Impostazione automatica attiva](#)  
Aggiungi sottotitoli in più lingue al tuo video.

**Sondaggi**  
Fai domande durante il tuo video per scoprire cosa pensa il pubblico.

**Monitoraggio**  
Aggiungi etichette per facilitare la gestione e la ricerca dei tuoi video.

**Strumenti di 360 Director**

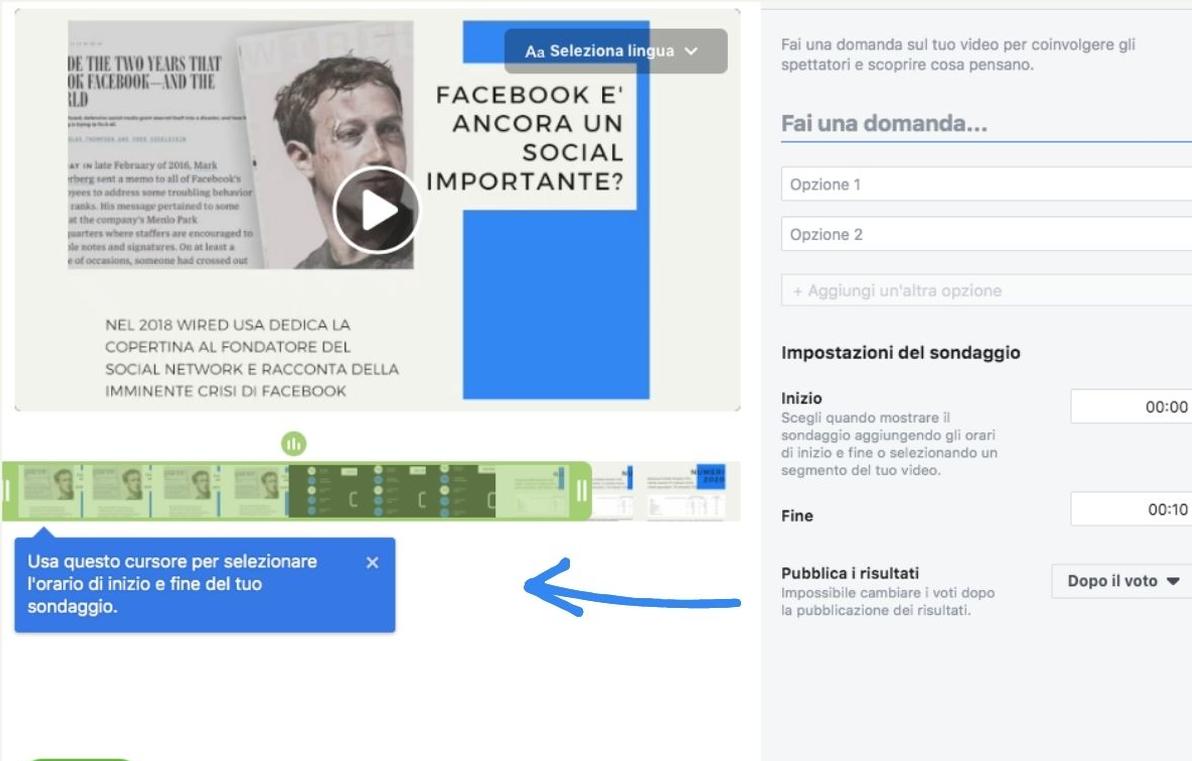
Avanti

### SONDAGGI

Possiamo inserire un sondaggio che appare nel nostro video



## VIDEO EDITING SU FACEBOOK



The screenshot shows the Facebook video editor interface. On the left, there is a video player with a play button and a language selection dropdown set to 'Aa Seleziona lingua'. The video content includes a headline 'FACEBOOK E' ANCORA UN SOCIAL IMPORTANTE?' and a sub-headline 'NEL 2018 WIRED USA DEDICA LA COPERTINA AL FONDATORE DEL SOCIAL NETWORK E RACCONTA DELLA IMMINENTE CRISI DI FACEBOOK'. Below the video player is a timeline with a play button and a blue callout box that says 'Usa questo cursore per selezionare l'orario di inizio e fine del tuo sondaggio.' with a close button. A blue arrow points from the callout box to the timeline. On the right, there is a 'Fai una domanda...' section with two input fields labeled 'Opzione 1' and 'Opzione 2', and a '+ Aggiungi un'altra opzione' button. Below this is the 'Impostazioni del sondaggio' section, which includes 'Inizio' (00:00), 'Fine' (00:10), and 'Pubblica i risultati' (Dopo il voto).

### SONDAGGI

E decidere in che punto inserirlo

## VIDEO EDITING SU FACEBOOK

### TAGLIARE VIDEO

Scorrendo in alto a destra del video appare un paio di forbici, cliccandoci si attiva la funzione per tagliare i video



DE THE TWO YEARS THAT  
OK FACEBOOK—AND THE  
ILD

Mark Zuckerberg's memo to all Facebook employees in late February of 2016, Mark Zuckerberg sent a memo to all of Facebook's employees to address some troubling behavior. His message pertained to some of the company's Menlo Park headquarters where staffers are encouraged to take notes and signatures. On at least a few occasions, someone had crossed out



FACEBOOK E' ANCORA UN SOCIAL IMPORTANTE?

NEL 2018 WIRED USA DEDICA LA COPERTINA AL FONDATORE DEL SOCIAL NETWORK E RACCONTA DELLA IMMINENTE CRISI DI FACEBOOK

**Taglio dei video**

Usa il cursore o modifica le indicazioni temporali per iniziare a tagliare il tuo video.

Da 00:00.000 A 00:12.012

Tagliando il video, potrai modificarne l'inizio e la fine per mostrare al pubblico solo le parti che desideri.

Assicurati di riprodurre il video dopo averlo tagliato come desideri. Puoi apportare modifiche in qualsiasi momento prima della pubblicazione.

# FACEBOOK PER LA PA



FormezPA



# Grazie per l'attenzione!

[marrucci.and@gmail.com](mailto:marrucci.and@gmail.com)

[www.ot11ot2.it/dfp-organismo-intermedio/progetti/riformattiva](http://www.ot11ot2.it/dfp-organismo-intermedio/progetti/riformattiva)