



Uso professionale di Instagram per la PA

Andrea Marrucci

Esperto comunicazione social di Formez Pa

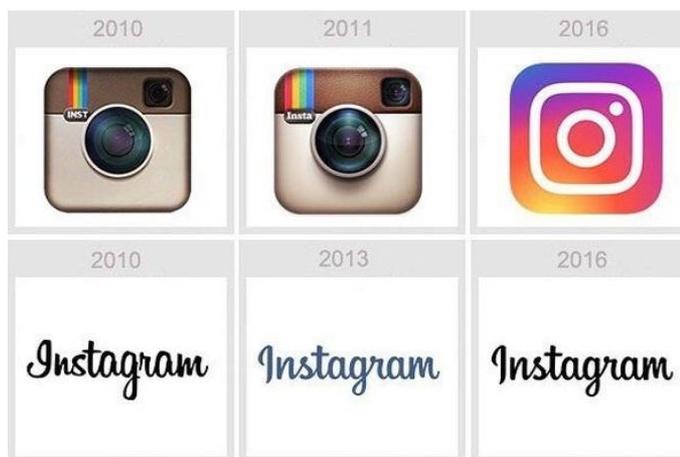
19 novembre 2020

La narrazione per immagini



Un po' di storia

Dieci anni appena compiuti



2010

Scatta, metti un filtro e un hashtag e pubblica: dal 6 ottobre 2010 il mondo social viene rivoluzionato da Instagram. I primi due anni era un'app disponibile solo su iPhone poi, nel 2012, l'app arriva anche su Android e inizia una crescita che non si è mai fermata. Le foto riescono a sintetizzare ancora di più i messaggi ed è un successo.

2012 - 2016

Nel 2012 Zuckerberg acquista Instagram per 1 miliardo di dollari. Parte da qui una rivoluzione per la App: le foto caricabili sono anche di formato diverso dal 1:1 e i video, inizialmente caricabili per pochi secondi, si allungano. Instagram cambia radicalmente e diventa un social per tutti e non solo per chi è bravo a scattare foto.

2016 - 2018

Instagram fa boom. Arrivano le stories, i contenuti a scomparsa mutuati da Snapchat, Direct, i profili aziendali... Instagram è molto meno App e molto più social. Si afferma definitivamente su Instagram anche la figura dell'Influencer che detta legge su cosa mangiare, indossare e comprare!

2018 - 2020

Continua l'evoluzione di Instagram che oggi, dopo aver definitivamente sdoganato le stories come linguaggio, temendo come concorrente principale Tik Tok, ha inserito i Reel mini video con base musicale.

Un po' di numeri

Cosa accade nell'universo Instagram

Utenti attivi al mese:
1 miliardo

Foto e video caricati
al giorno: 100 milioni

Utenti attivi al
giorno: 500 milioni

6 adulti su 10 hanno un
account su Instagram

Il 30% degli utenti ha 18-24
anni, il 35% ha 25-34 anni

Foto caricate al
giorno: 50 miliardi

995 le foto caricate
su Instagram ogni
secondo

Like al giorno:
4,2 miliardi

Qualche curiosità

Cosa accade nell'universo Instagram

I post con la geolocalizzazione ricevono il 79% in più di engagement

Il cibo più fotografato è la pizza, seguita dal sushi

Le foto con viso ottengono l'38% in più di like

Il 60% delle persone afferma di scoprire nuovi prodotti su Instagram

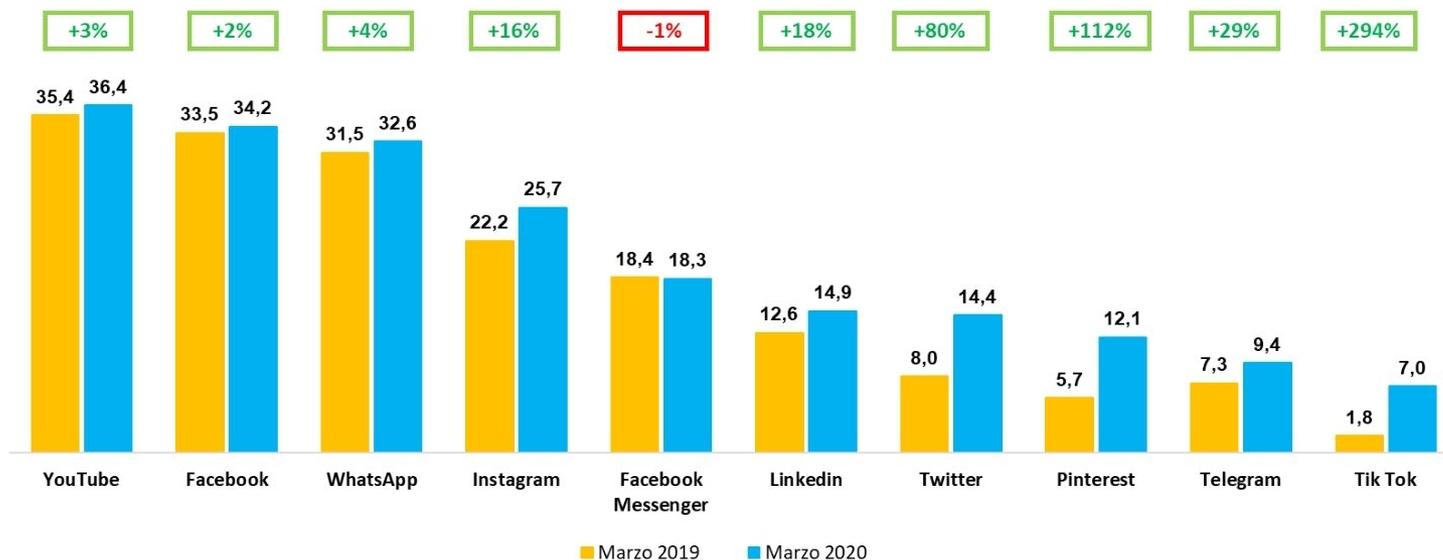
Le foto con almeno un hashtag ottengono in media +12,6% di engagement

Gli hashtag più popolari su Instagram sono #Love, #Instagood, #Photooftheday, #Fashion e #Beautiful

Utenti unici dei principali Social Media

**Uso dei social durante la
Quarantena a marzo 2020**

Top Social Media entities per Utenti unici
Visitatori Unici (Milioni), Reach % e Variazione % YoY dei Visitatori Unici
ITA | Total Digital Population | MAR 2019 - MAR 2020





Le buone regole

Instagram è Instagram

Ha regole e linguaggi diversi da altri social. Va conosciuto per sfruttarne a pieno le potenzialità

Il contenuto è fondamentale

Non è soltanto questione di belle foto ma anche del
messaggio che si vuole inviare

Presidio come parola d'ordine

Come tutti i social anche Instagram richiede una
pubblicazione e un monitoraggio costante

Favorire le interazioni

Cerchiamo sempre di invitare i nostri followers a un'azione per coinvolgerli nella nostra narrazione

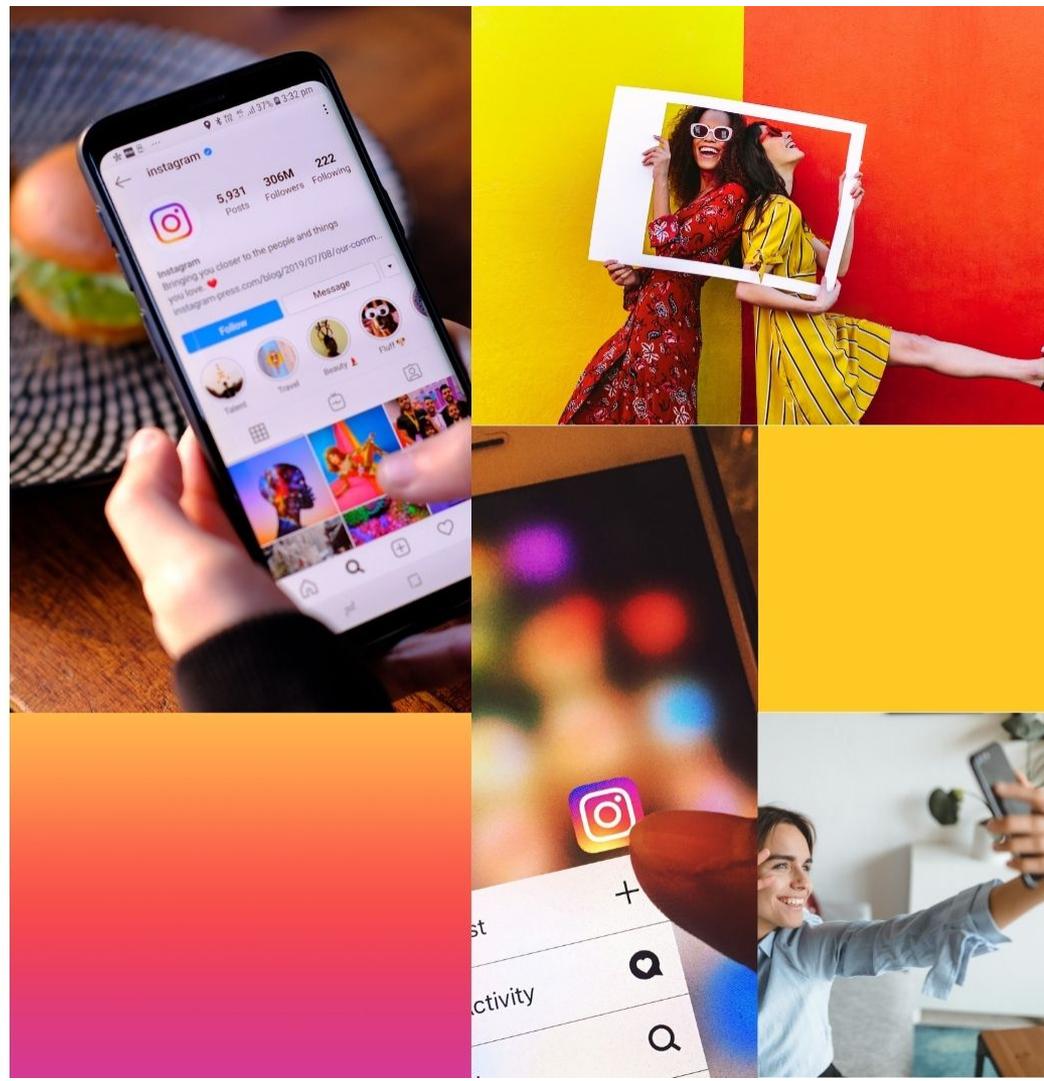
Creare una comunità

Instagram è un social dove sempre più è possibile creare una community fidelizzata

Raggiungere altre fasce di pubblico

Attraverso le immagini la PA può interessare un pubblico diverso e parlarci con un linguaggio nuovo

Per partire



Scelta dell'account



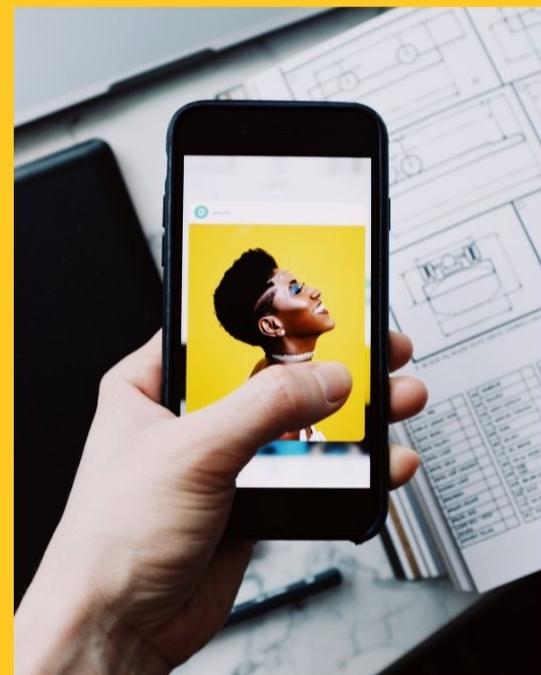
Account personale

E' la base di Instagram: si possono pubblicare fotoe video, seguire ed essere seguiti. Nella bio è consentito aggiungere un link verso l'esterno e collegare la pubblicazione di una foto ad altri social. Ci si può scambiare commenti e messaggi. Può essere pubblico o privato. Va bene per un uso personale del social



Account business

Nati nel 2016 con l'obiettivo di aprire il social alle aziende per utilizzare Instagram in maniera professionale e portare pubblicità. Permette tra le altre di avere gli insight , di mettere in bio i contatti e anche di fare campagne di adv. E' possibile passare da un account personale a uno aziendale



Account creator

Lanciato nel giugno del 2019 ha le stesse funzionalità del business ma è pensato per le singole persone che possono coltivare una community. E' l'account degli influencer



INSTAGRAM PER LA PA

Stories



Publicare contenuti
Attività (Mi Piace)
Direct (Interazione)



Tasto Home



Cerca



Reel



Shopping



Profilo



INSTAGRAM PER LA PA

Storia
Numeri
Bio



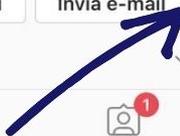
Storie in evidenza



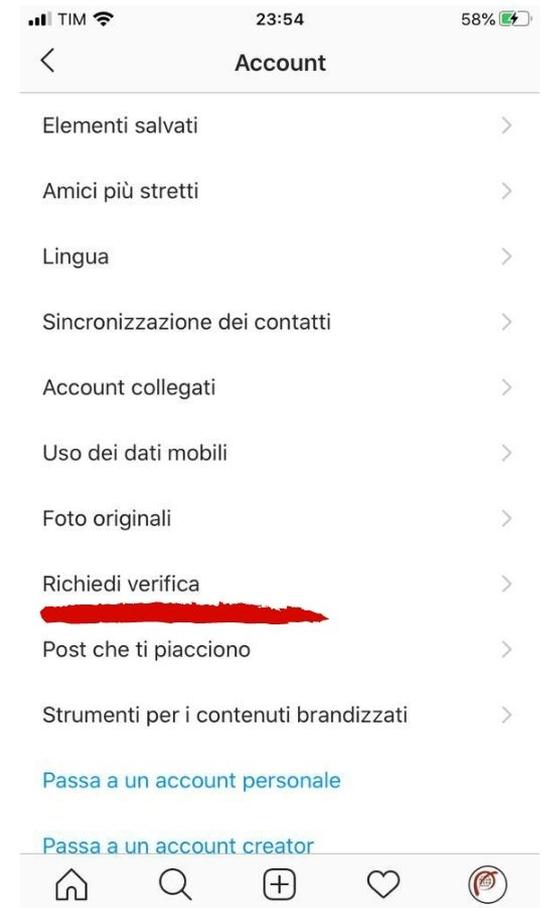
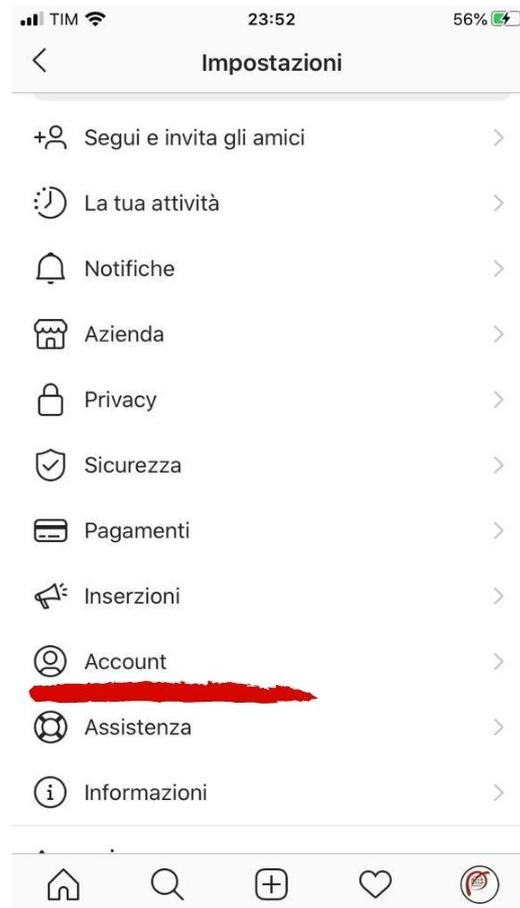
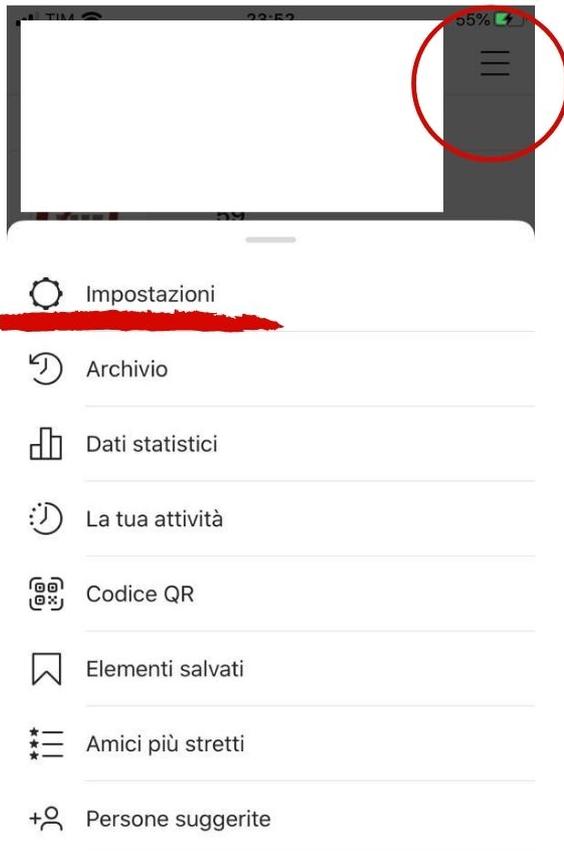
Profilo
verificato



Video



INSTAGRAM PER LA PA



INSTAGRAM PER LA PA

Stemma

Bio



Profilo verificato

Storie fissate

riconoscibilità

INSTAGRAM PER LA PA

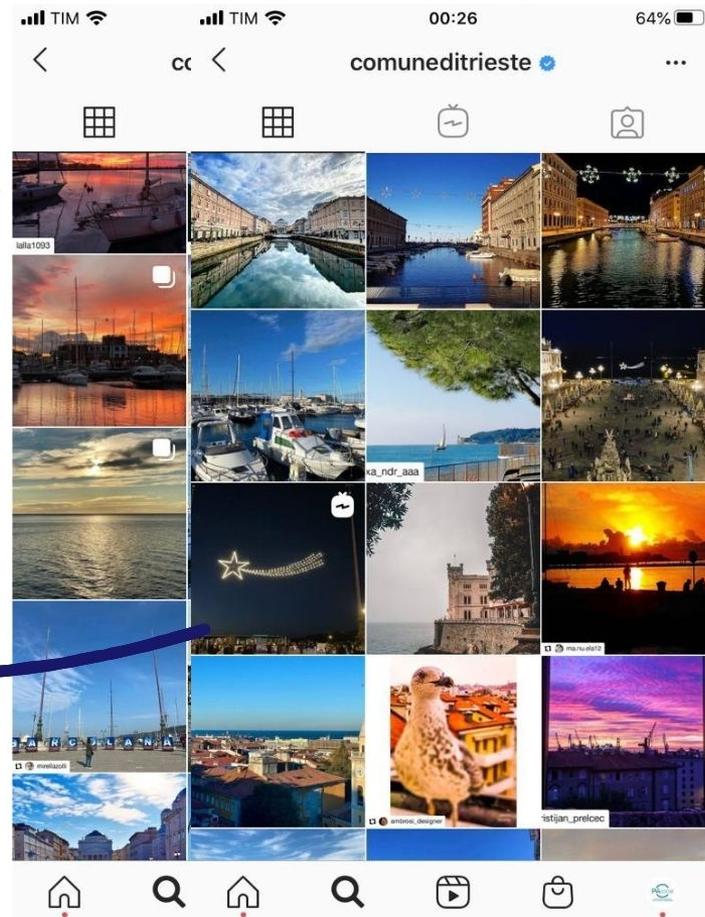
Condivisione
di un contenuto



Post multiplo



Video



L'HASHTAG

MASSIMO 30
PERTINENTI E COERENTI
AVERE UN PROPRIO HASHTAG



INSTAGRAM PER LA PA

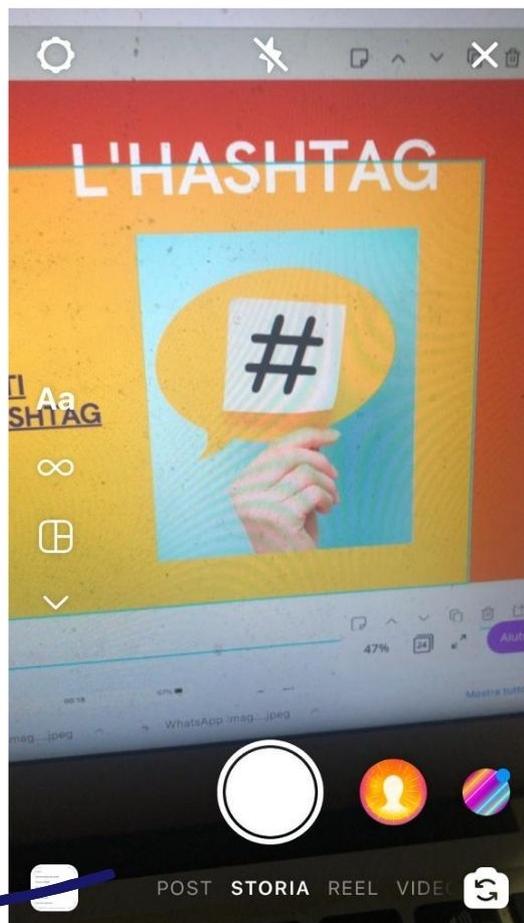


INSTAGRAM PER LA PA

Impostazioni del contenuto

Possibilità di scegliere il tipo di contenuto della storia

Tipo di contenuto



Effetti speciali

**PUBBLICARE
CONTENUTI**

STORIES

Utenti attivi che usano Instagram Stories giornalmente, nel mondo: 400 milioni (giugno 2018) Un anno prima erano 250

Su Instagram una storia su cinque riceve un messaggio diretto dalle persone che la visualizzano (Gennaio 2017)

Le stories stanno facendo registrare su tutte le piattaforme un incremento continuo Crescono 15 volte più velocemente di altri contenuti

Cosa c'è da sapere

STORIES

Più di un miliardo di persone utilizzano le stories sulle piattaforme della famiglia Facebook

Più di un utente su due utilizza le stories su più di una piattaforma

**Cosa c'è
da sapere**

IN ITALIA

Secondo il report di Blogmeter il 32% degli Italiani preferisce guardare stories anziché leggere un post, percentuale ancora più alta nella fascia 15-24 anni, raggiungendo il 52%.

Cosa c'è da sapere

**Cosa c'è
da sapere**

CONTENUTI DI QUALITÀ

Non sono più soltanto
un contenuto a
scadenza fatto
nell'immediato

CONTENUTI RAPIDI

Nelle stories i contenuti
devono essere fruiti
rapidamente

PENSIAMO IN VERTICALE

I contenuti si adattano
al formato stories e
non viceversa

NON ESAGERARE CON GLI STICKERS

Inserirne troppi può
essere
controproducente

INSERIRE UNA COPERTINA

Inizio e/o fine della storia sono take in cui ricordare chi siamo

USIAMO UNA CALL TO ACTION

I contenuti interattivi funzionano benissimo nelle stories

ACCOMPAGNARE L'UTENTE

La nostra storia si rivela un pezzettino alla volta

Cosa c'è
da sapere

Gli strumenti utili

COSA TROVIAMO ONLINE

In rete ci sono numerose
piattaforme più o meno free in
grado di aiutarci



IL PIÙ DIFFUSO

Canva è la risorsa più utilizzata per creare grafiche in modo semplice e veloce

CONSIGLIATI

Designbold e Desygner sono i tool di grafica che offrono le maggiori possibilità

INNOVATIVI

Da vedere anche Snappa (per le stories) e PixTeller (per animazione e video)

Tool grafica



Video animazione

POWTOON

Tool con cui creare video in animazione molto facile da utilizzare



LE APP PER LE STORIES

Il mondo delle app per il fotoritocco e lo storytelling offre molteplici possibilità in continua evoluzione...
Da smartphone è possibile fare tutto



Unfold

STORIES ELEGANTI

Cornici e scritte semplici ed eleganti per arricchire le storie



Snapseed

PHOTO EDITING

L'applicazione è tra le migliori per ritoccare le foto e migliorarne la qualità

In pochi tocchi...

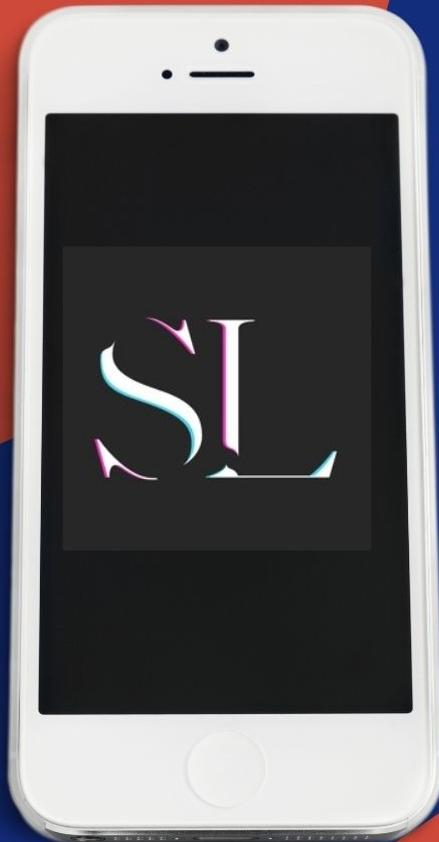




VSCO

PHOTO EDITING

Altra ottima applicazione per editare le immagini in modo semi professionale

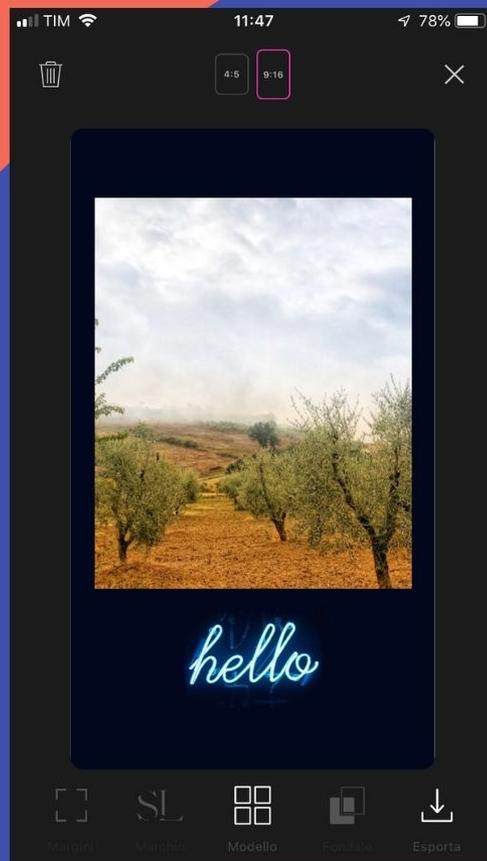


StoryLuxe

MODELLI E FILTRI

Strumento per utilizzare filtri e cornici per le immagini

INSTAGRAM PER LA PA





Reels

La risposta a Tik Tok

Reels è una funzione che permette di creare e modificare video brevi a cui aggiungere la musica

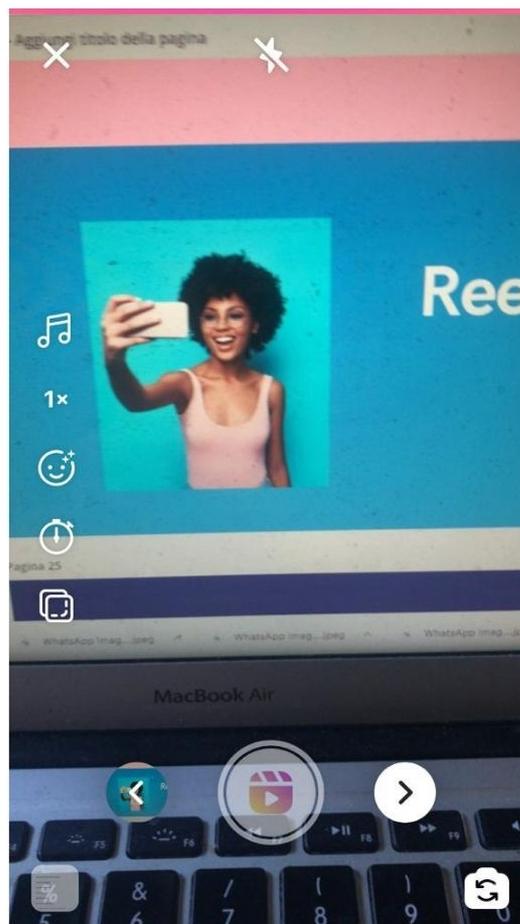
Musica

Slow Motion e Velocità

Effetti

Timer

Allinea



Musica: puoi selezionare una traccia audio all'interno della libreria di Instagram o sfruttare le tracce audio create da altri utenti all'interno dei loro Instagram Reels.

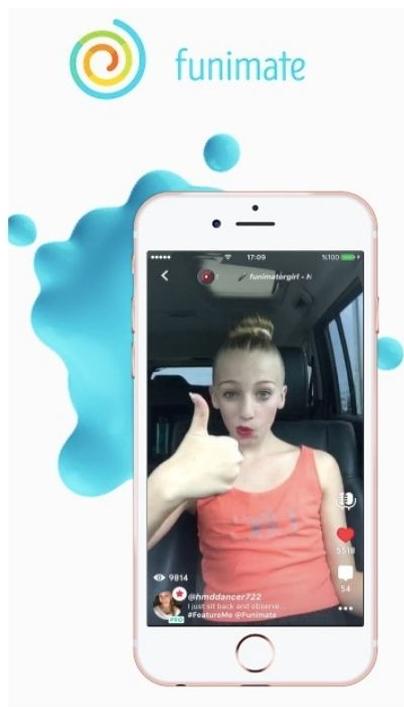
Scegli la velocità: dallo slow motion alla velocità triplicata

La sezione effetti permette di divertirsi con gli effetti come nelle Stories.

Il timer è il conto alla rovescia prima dell'inizio della registrazione del video.

Allinea serve a far partire il video al momento giusto dopo un altro.

Funimate



Zoomerang



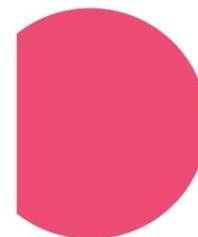
ZOOMERANG
Make videos awesome



Likee

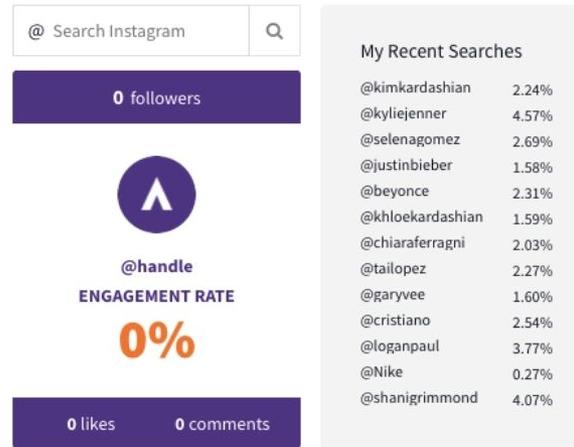


Piattaforma glot



Monitoriamo il nostro lavoro

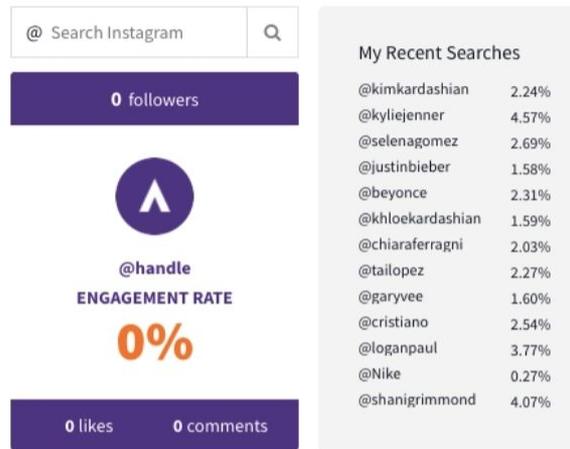
Instagram Engagement Calculator



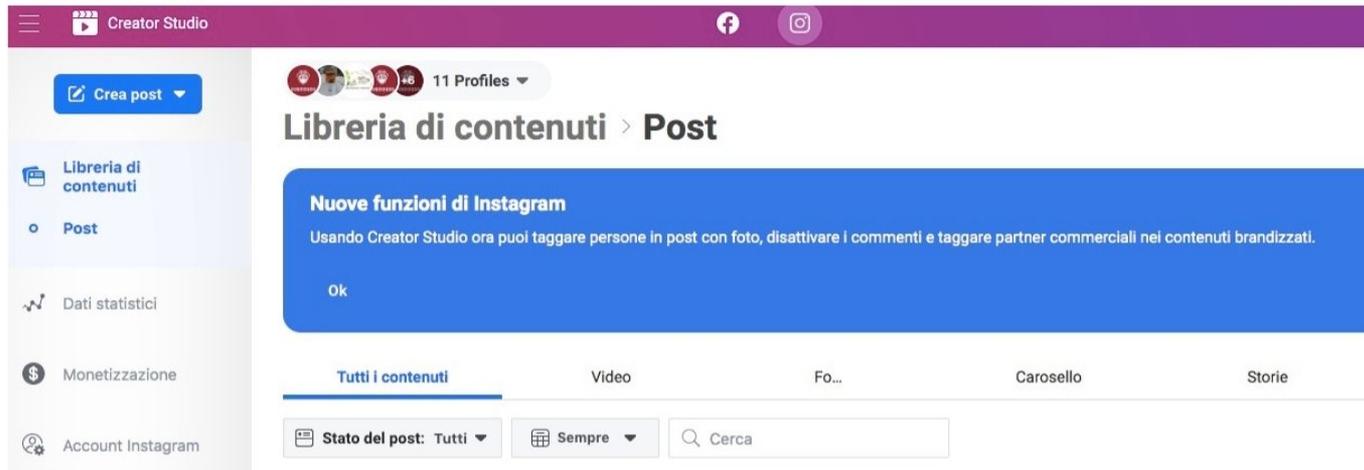
phlanx.com/

Monitoriamo il nostro lavoro

Instagram Engagement Calculator



phlanx.com/



Usiamo Creator Studio di Facebook

FormezPA



Grazie per l'attenzione!

marrucci.and@gmail.com

www.ot11ot2.it/dfp-organismo-intermedio/progetti/riformattiva