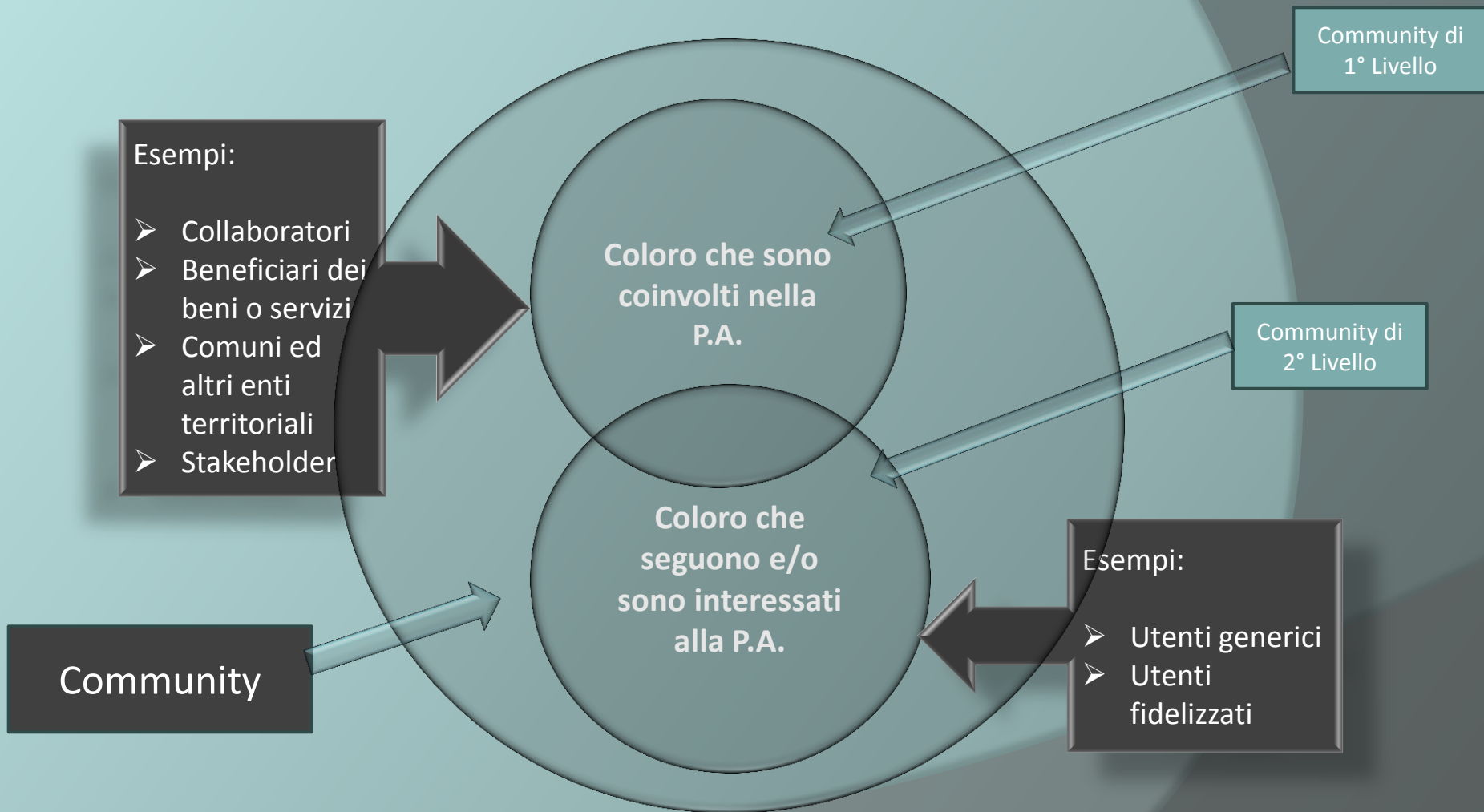




twitter

Alcuni Social come Facebook o LinkedIn sono basati sui rapporti con il network (fan o follower). Altri come Twitter e Instagram si basano sui topic e non necessariamente «stretti» intorno al network del proprio account.

I destinatari della Comunicazione Social



Creare nuovi **testimonial**: i nostri utenti.
I Social permettono oggi alle persone di
diventare MEDIA

Twitter

- Nasce nel 2006
- È sempre di più un mezzo utilizzato per comunicare ad un vasto pubblico notizie di interesse generale e per creare tendenza

Twitter

I post pubblicati si chiamano **tweet** (cinguettii, volendo fare una traduzione forzata in italiano) ed hanno un limite rigoroso di **140 caratteri**.

Twitter

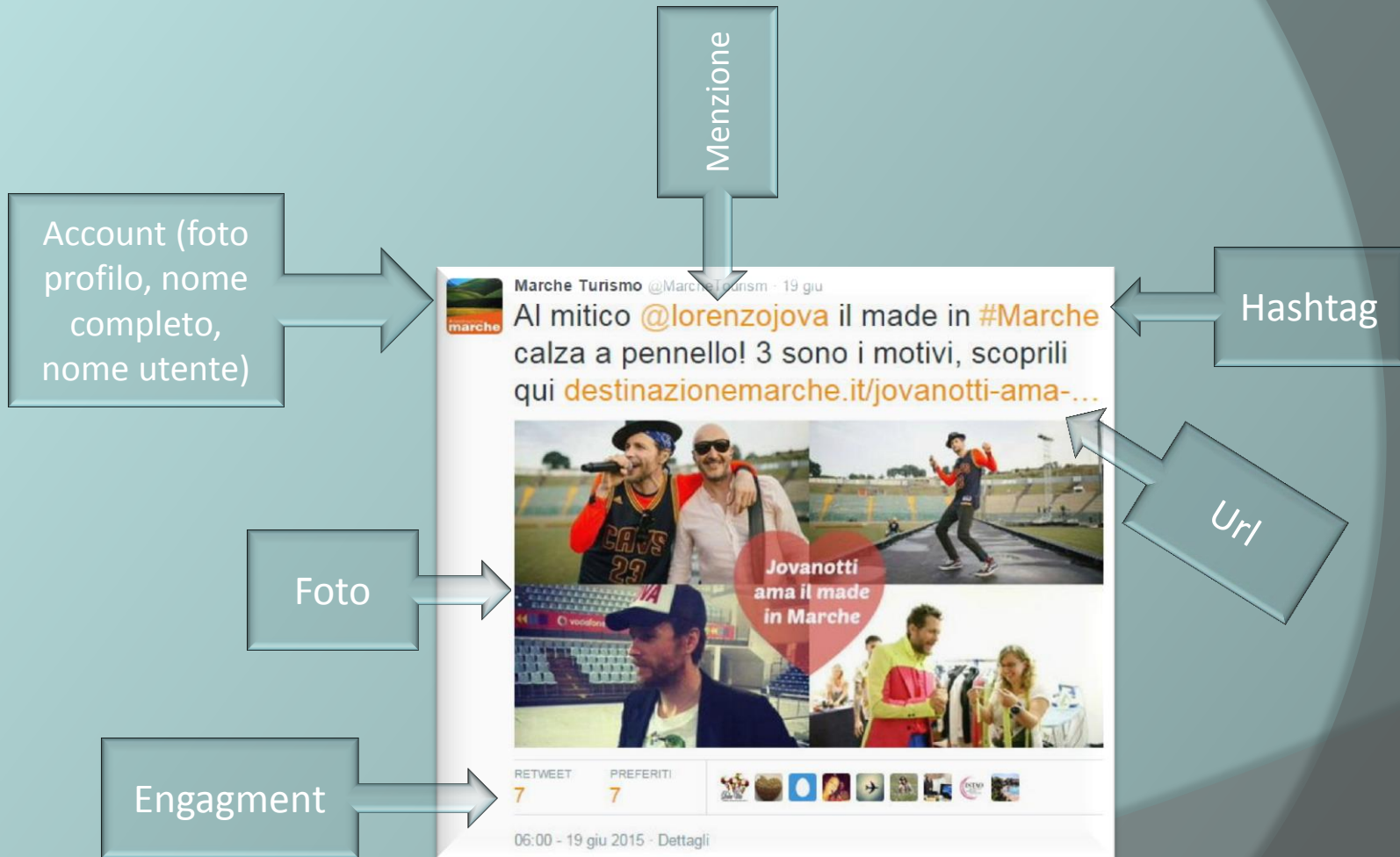
Su Twitter non esistono amici ma **follower** e **following**, ovvero persone che seguono i tuoi aggiornamenti di stato e persone di cui tu segui gli aggiornamenti di stato. In entrambi i casi, non c'è bisogno di ricambiare l'attenzione. Se una persona ha deciso di seguirti e visualizzare i tuoi messaggi, tu non devi per forza ricambiare il favore diventando suo follower, e vice versa.

Twitter

La chiocciolina è il simbolo usato su Twitter per **menzionare** una persona e conversare con lei. Ad esempio, se vuoi menzionare l'utente **tizio** in un tuo tweet devi scrivere **@tizio** all'interno del messaggio. Anche se tizio non è un tuo follower (ossia non segue i tuoi aggiornamenti), riceverà una notifica della menzione che hai effettuato.

Nelle **conversazioni** il nome utente della persona a cui sono destinati i messaggi va messo all'inizio del tweet (es. **@tizio come stai?**). Questo tipo di messaggi viene visualizzato solo dall'interessato o da chi è follower sia tuo che del destinatario del tweet.

Twitter – Analisi di un tweet



Twitter

Su Twitter è indispensabile, per una corretta e proficua attività di ingaggio, presidiare il social non solo monitorando le interazioni provocate dai tweet pubblicati, ma anche fuori dall'ambiente del proprio account. Come?

- Seguendo i trend
- Inserendosi nelle conversazioni utilizzando gli # di tendenza
- Inserendosi nelle conversazioni attivate da altri account di interesse, autorevoli e che sono seguiti da followers di tuo interesse

Twitter

Gli **hashtag** sono delle “etichette” precedute dal simbolo cancelletto (#) che gli utenti possono inserire nei propri tweet per far capire agli altri che stanno parlando di un determinato argomento. Di solito, vengono usati per dibattere di grandi eventi, fatti di cronaca o temi che per qualsiasi motivo hanno conquistato l’interesse delle persone su Twitter.

Ad esempio, se tanti utenti di Twitter dicono la loro su un grande evento aggiungendo l’hashtag **#grandeevento** ai propri messaggi, chiunque cliccando su quell’hashtag potrà visualizzare tutti i messaggi che parlano del tema.

Twitter

Tendenze - Modifica

#BraccialettiRossi3

48600 Tweet

#lunedì

@CittadinidiTwt, @paoloigna1 e altri 3 stanno twittando su questo argomento

#MilanJuve

10300 Tweet

#se Sarai

@prof1976 e @maxxi1203 stanno twittando su questo argomento

#24ottobre

#urlando

#agorarai

#QuandoMiLeggi

#RomaLido

#coffeebreakla7

Twitter – Tool che consiglio

- [ReTweet](#)
- [TweetLevel](#)
- [Topsy](#)
- [TweetReach](#)
- [Twitter Counter](#)
- [Hashtags.org](#)
- [Tweepsmat.com](#)

Gli influencer

Essi sono degli utenti molto seguiti sul web e molto autorevoli in rete per il loro settore di riferimento. Ogni volta che pubblicano un contenuto che mette in luce la propria opinione, ricevono un numero impressionante di visualizzazioni da parte dei loro seguaci, i quali considerano i loro consigli affidabili e autorevoli.

Tra questi **Influencer** spiccano giornalisti, vip e soprattutto esperti del settore, i quali, con la loro opinione, incidono in maniera esponenziale sulle scelte dei potenziali clienti, con cui hanno un rapporto reale fatto di consigli e ascolto.

Di conseguenza effettuare strategie di **Influencer Marketing** all'interno del proprio piano di Digital Marketing può senza dubbio rappresentare una mossa vincente, perché consente di ottenere un'ottima promozione online a costi spesso contenuti.

Raccontare sempre la VERITA': chi lavora sui social deve farlo in modo etico anche se la rete ed i social network non hanno regole chiare noi abbiamo una grande responsabilità. Inoltre una promessa che va delusa crea dei danni irreparabili (ad es. un commento negativo...e la reputazione scende...)

Ogni attività social deve prevedere una strategia, una programmazione ed un piano editoriale.

Questi elementi vi faranno risparmiare tempo e risorse

Programmare significa essere presenti anche in giorni ed orari non consueti per la presenza al lavoro di chi opera in una P.A.

Su Twitter è importante esserci quotidianamente.

Ad esempio, intorno alle ore 21.00 su questo ambiente social c'è una forte presenza di utenti che va curata

Ho notato che la Regione Abruzzo ha un account (come è specificato nelle informazioni su @regione_abruzzo) «voce ufficiale della giunta regionale».

Ovviamente ciò può essere considerato limitante sia per il pubblico che vi segue che per il piano editoriale stesso.

Sarebbe utile che nel piano editoriale possano comparire anche informazioni non eccessivamente autoreferenziali anche per coprire gli orari con argomenti di interesse collettivo (sempre in linea con il ruolo di un ente regionale) e soprattutto:

- Chiarimenti
- Soluzioni
- Gestione emergenze
- Ringraziamenti

Argomenti che i cittadini sentono più vicini ai propri interessi.

Non cadere nel tranello di twittare esclusivamente ciò che fa riferimento all'attività di giunta. I social network non sono una discarica di link, né il luogo dove le news siano il solo argomento da trattare (per quello c'è il sito istituzionale).

Ma anche nel caso si voglia trattare un argomento fortemente istituzionale, l'importante è farlo con l'uso di un linguaggio e di un'iconografia «social», senza perdere l'autorevolezza di soggetto pubblico.

Il successo della Vs attività sarà in buona parte relativo dall'unicità e l'originalità che avrete e a quanto riuscirete a presidiare Twitter