

RESTIAMO IN CONTATTO



Servizi Digitali CCLAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte



CamCom Monte Rosa Laghi Alto Piemonte



Michela Petrera
Digital Coordinator



Giulia Bernini
Digital Promoter



Nicolò Mora
Digital Promoter

17 maggio 2023

Pubblicare, condividere e appassionare online

I Social Network

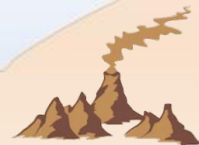


VIAGGIO nel DIGITALE

scopri i segreti del marketing!

VIAGGIO nel DIGITALE

scopri i segreti del marketing!



22/03 * L'importanza
del sito web

15/03 * Impostare
la strategia online

29/03 * Google
Business Profile

19/04 *
SEO tool

12/04 * Come
progettare la SEO

Sendinblue



17/05 * 14-15:30
Pubblicare, condividere
e appassionare online:
i Social Network

24/05 * 14-15
I come fare di EID:
Canva

Direct Marketing

Neuromarketing



PROGRAMMA

- * *Introduzione*
- * *Facebook: novità e peculiarità*
- * *Instagram: novità e peculiarità*
- * *LinkedIn: novità e peculiarità*
- * *TikTok: novità e peculiarità*
- * *Conclusioni*



INTRODUZIONE



PERCHE' PARLIAMO DI SOCIAL?

**JAN
2023**



ITALY

TOTALE
POPOLAZIONE



58.96
MILLION

UTENTI SOCIAL
MEDIA



43.90
MILLION

% UTENTI SOCIAL
MEDIA SU
POPOLAZIONE



74.5%

% UTENTI SOCIAL
MEDIA SU UTENTI
INTERNET



86.4%

TEMPO SPESO SUI
SOCIAL MEDIA
GIORNALMENTE



1H 48M

NUMERO DI
PIATTAFORME SOCIAL
USATE AL MESE



5.9

**we
are
social**

<> Meltwater

I SOCIAL NETWORK SONO IL 4° CANALE DOVE SI CERCANO INFO SUI BRAND

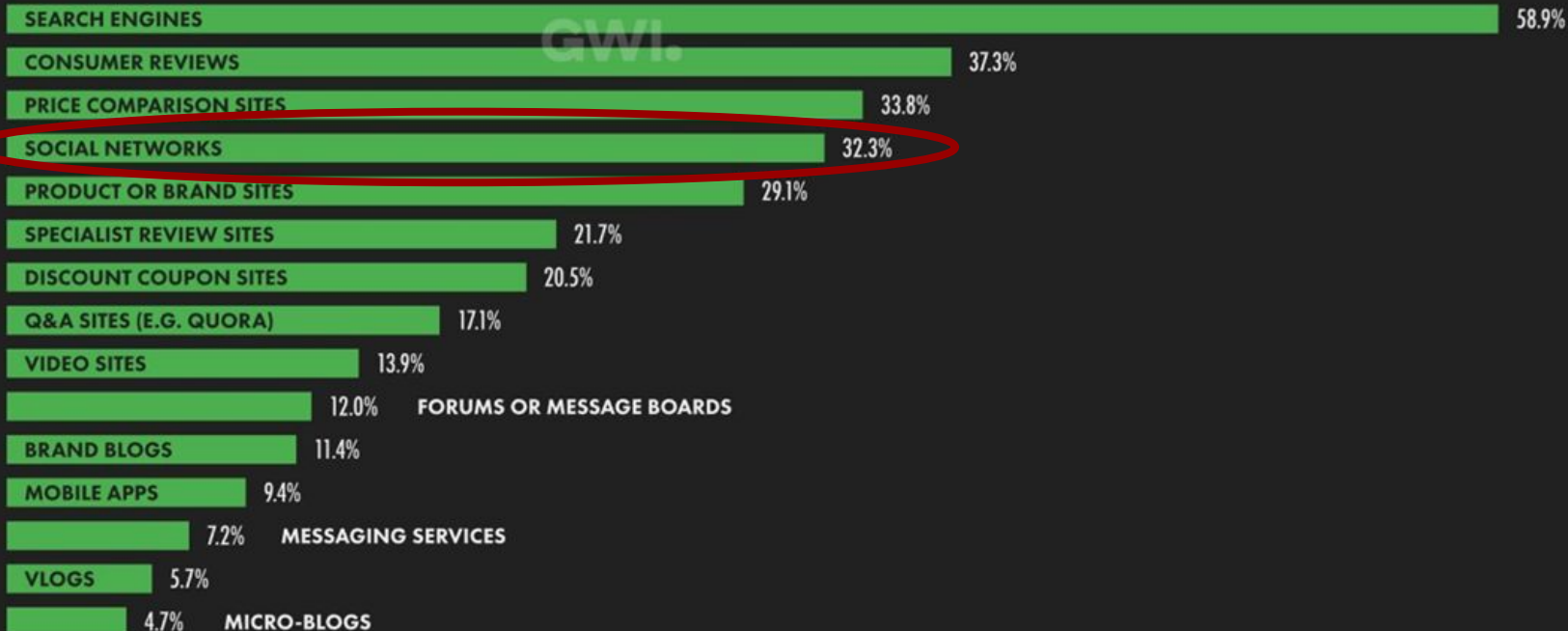
JAN
2023

MAIN CHANNELS FOR ONLINE BRAND RESEARCH

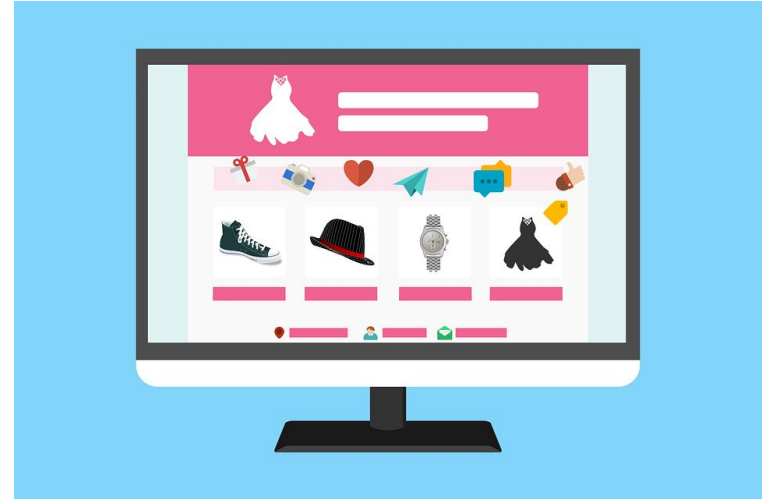
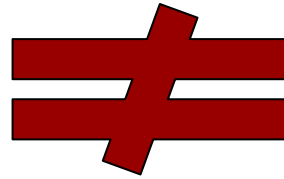
PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH CHANNEL AS A PRIMARY SOURCE OF INFORMATION WHEN RESEARCHING BRANDS



ITALY



I SOCIAL NETWORK NON SONO SITI WEB

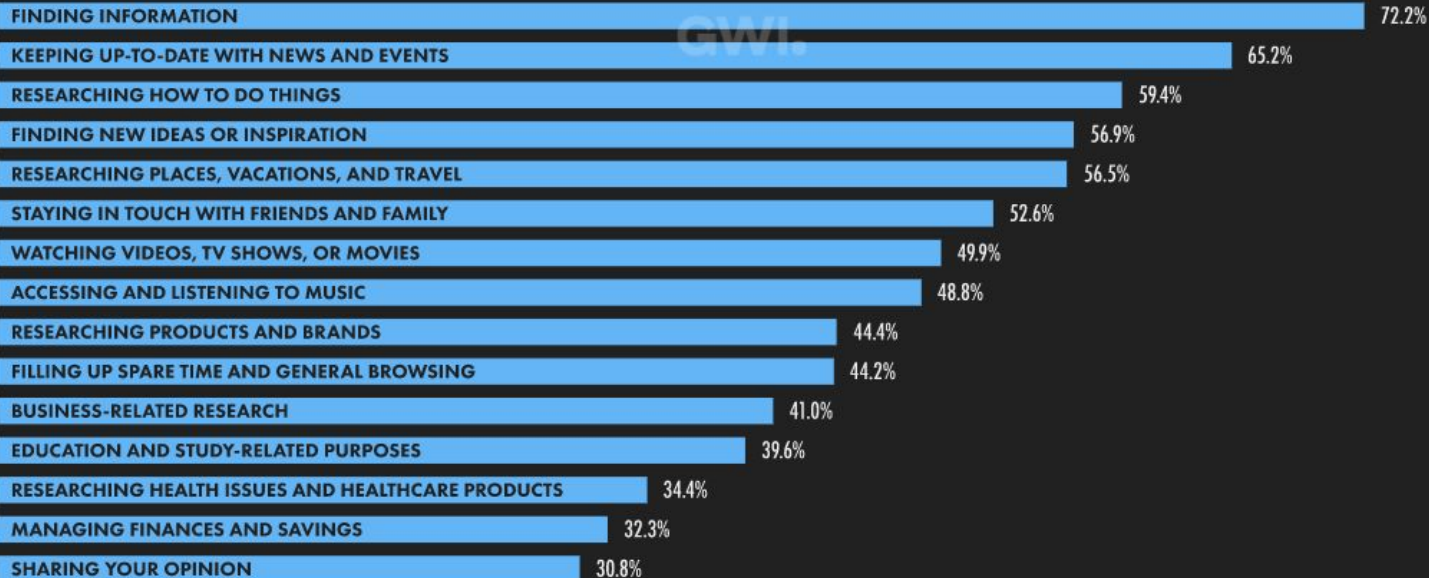


PRINCIPALI RAGIONI PER UTILIZZARE INTERNET

JAN
2023

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET



33

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS.

we
are
social

Meltwater

PRINCIPALI RAGIONI PER UTILIZZARE I SOCIAL MEDIA

JAN
2023

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



ITALY

READING NEWS STORIES

47.6%

FILLING SPARE TIME

46.0%

KEEPING IN TOUCH WITH FRIENDS AND FAMILY

45.3%

FINDING INSPIRATION FOR THINGS TO DO AND BUY

29.6%

FINDING CONTENT (E.G. VIDEOS)

28.9%

FINDING PRODUCTS TO PURCHASE

21.8%

POSTING ABOUT YOUR LIFE

20.0%

FINDING LIKE-MINDED COMMUNITIES

19.7%

SEEING WHAT'S BEING TALKED ABOUT

19.6%

SHARING AND DISCUSSING OPINIONS

19.1%

AVOIDING MISSING OUT (FOMO)

17.2%

WATCHING LIVE STREAMS

17.2%

FOLLOWING CELEBRITIES OR INFLUENCERS

17.1%

SEEING CONTENT FROM BRANDS

15.1%

WATCHING OR FOLLOWING SPORTS

14.8%

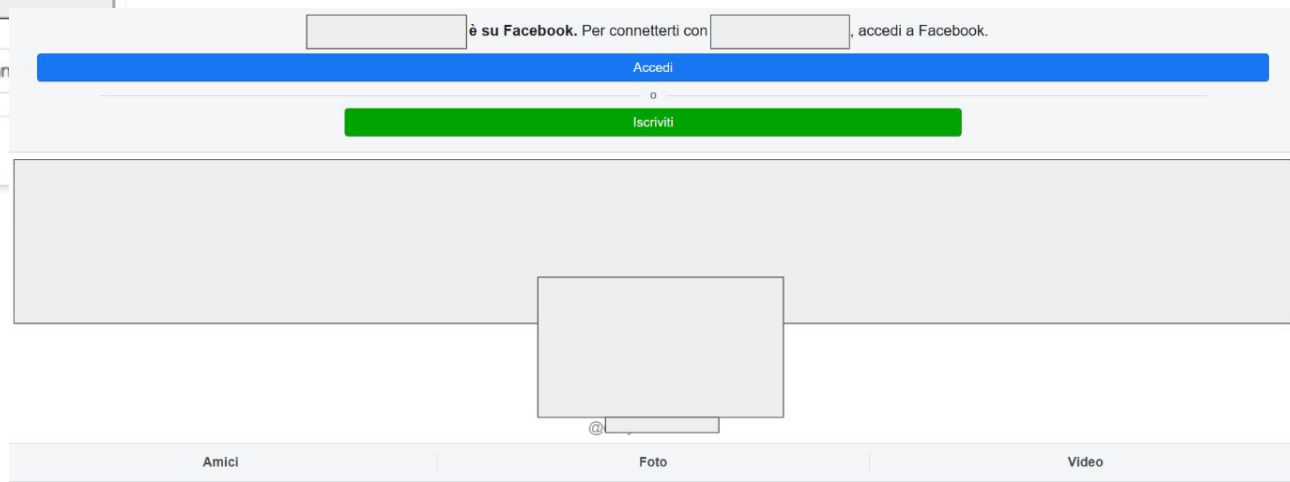
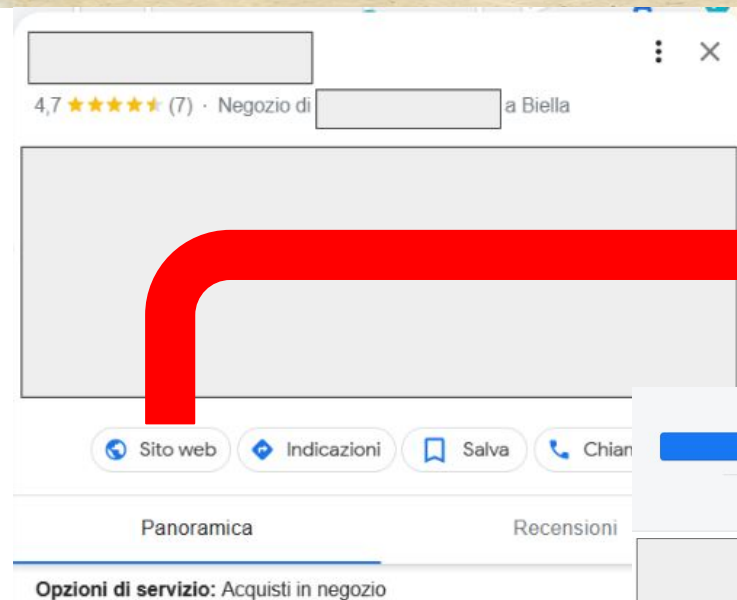
56

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. NOTE: FIGURES REPRESENT THE SHARE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING AT LEAST ONE SOCIAL MEDIA OR MESSENGER PLATFORM IN THE PAST MONTH.

we
are
social

Meltwater

SOCIAL NETWORK vs SITO WEB: ACCEDE SOLO CHI È ISCRITTO?



VANTAGGI DEI SOCIAL NETWORK: APPLICAZIONI TRA LE PIÙ USATE

JAN
2023

APP RANKING: MONTHLY ACTIVE USERS

MOBILE APPS AND GAMES RANKED BY AVERAGE MONTHLY ACTIVE USERS BETWEEN JANUARY AND DECEMBER 2022



#	MOBILE APP	COMPANY
01	WHATSAPP	META
02	FACEBOOK	META
03	INSTAGRAM	META
04	FACEBOOK MESSENGER	META
05	AMAZON	AMAZON
06	TELEGRAM	TELEGRAM
07	TIKTOK	BYTEDANCE
08	SPOTIFY	SPOTIFY
09	IO LAPP DEI SERVIZI PUBBLICI	PAGOPA
10	POSTEID	POSTE ITALIANE

#	MOBILE GAME	COMPANY
01	ROBLOX	ROBLOX
02	BRAWL STARS	TENCENT
03	CLASH ROYALE	TENCENT
04	CANDY CRUSH SAGA	ACTIVISION BLIZZARD
05	HAY DAY	TENCENT
06	SUBWAY SURFERS	SYBO
07	STUMBLE GUYS	KITKA GAMES
08	CLASH OF CLANS	TENCENT
09	HOMESCAPES	PLAYRIX
10	GEOMETRY DASH	ROBTOP

81

SOURCE: DATA AI INTELLIGENCE. SEE DATA AI FOR MORE DETAILS. NOTES: RANKINGS BASED ON COMBINED MONTHLY ACTIVE USERS ACROSS IPHONES AND ANDROID PHONES BETWEEN JANUARY AND DECEMBER 2022, EXCLUDING PRE-INSTALLED APPS (E.G. YOUTUBE ON ANDROID PHONES, IMESSAGE ON IPHONES).

we
are
social

Meltwater

VANTAGGI DEI SOCIAL NETWORK: FUNZIONALITÀ E STRUMENTI

Ogni Social Network mette a disposizione degli strumenti e delle funzionalità che possono rivelarsi utili e strategiche per le imprese.

Avendo come principale fonte di guadagno l'adv, i Social Network attenzionano le esigenze delle imprese e cercano (il più possibile) di ottimizzare i loro strumenti per renderli maggiormente utilizzabili (es. Le storie in evidenza su Instagram).



VANTAGGI DEI SOCIAL NETWORK: PUNTO DI CONTATTO CON GLI UTENTI



CRITICITÀ DEI SOCIAL NETWORK: RITAGLIARSI IL PROPRIO SPAZIO

JAN
2023

TYPES OF SOCIAL MEDIA ACCOUNTS FOLLOWED

PERCENTAGE OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 WHO FOLLOW EACH TYPE OF ACCOUNT ON SOCIAL MEDIA



FRIENDS, FAMILY, AND PEOPLE YOU KNOW

50.4%

BANDS, SINGERS, OR MUSICIANS

33.3%

ACTORS, COMEDIANS, OR OTHER PERFORMERS

30.2%

RESTAURANTS, CHEFS, OR FOODIES

26.4%

ENTERTAINMENT, MEMES, OR PARODY ACCOUNTS

24.7%

TV SHOWS OR CHANNELS

24.2%

BRANDS YOU PURCHASE

23.2%

INFLUENCERS OR OTHER EXPERTS

22.4%

SPORTS PEOPLE AND TEAMS

20.6%

BRANDS YOU'RE CONSIDERING PURCHASING

20.1%

JOURNALISTS OR NEWS COMPANIES

18.0%

CONTACTS RELEVANT TO WORK

16.4%

MAGAZINES OR PUBLICATIONS YOU READ

15.9%

BEAUTY EXPERTS

15.2%

EVENTS YOU'RE ATTENDING

15.1%

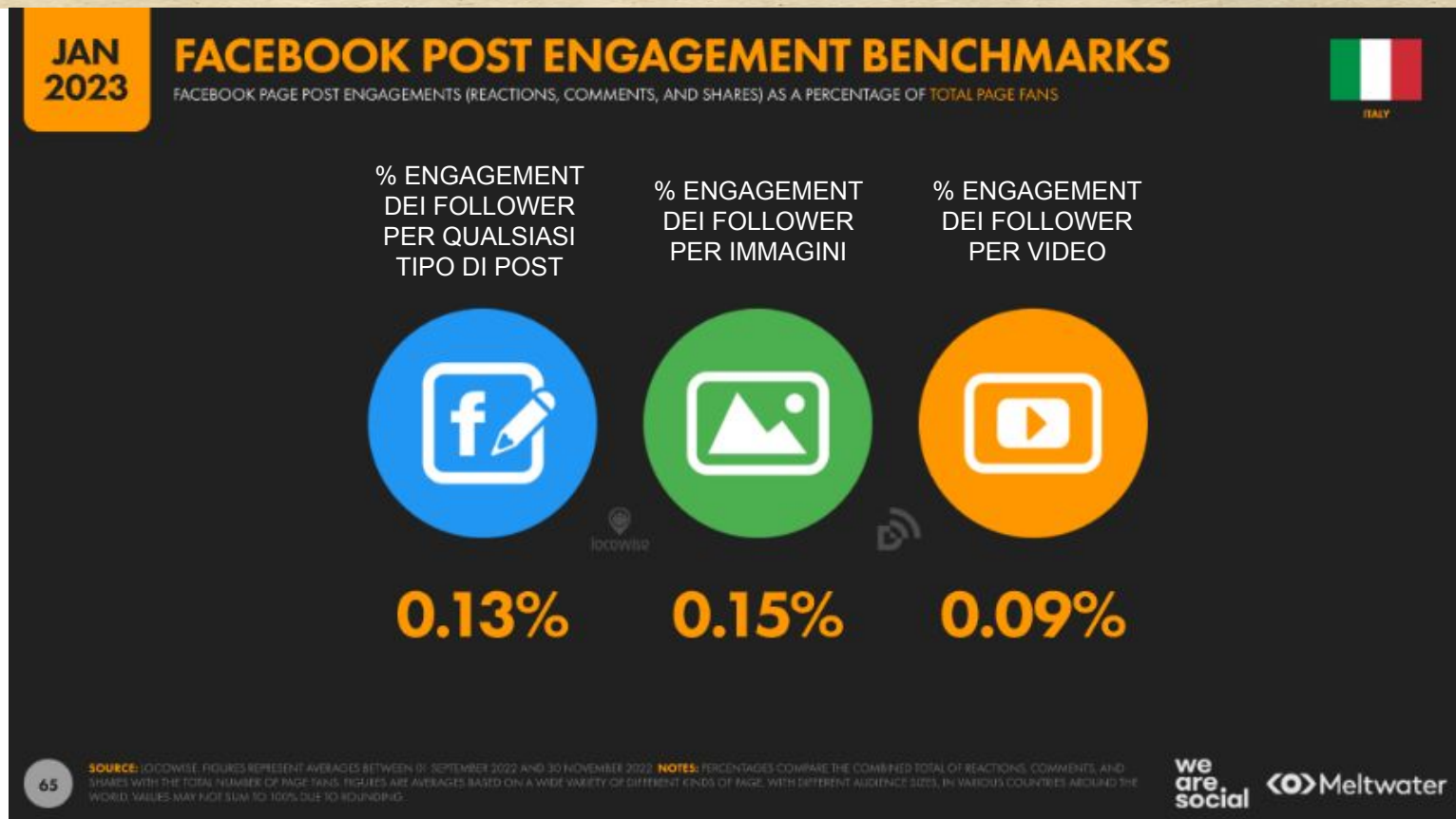
60

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS.

we
are
social

Meltwater

CRITICITÀ DEI SOCIAL NETWORK: ENGAGEMENT ORGANICO MOLTO BASSO



NEWS

Siae-Meta: ancora nessun accordo per la musica su Instagram

Negli asset di co-partecipazione (come i Social Network) non dettiamo noi le regola, ma siamo in balia delle loro scelte.

*Come abbiamo visto in
Impostare la strategia online: gli strumenti web per essere competitivi*

CRITICITÀ DEI SOCIAL NETWORK: ASSET PROPRIETARI vs ASSET DI CO-PARTECIPAZIONE

Meta

Inizia subito

Pubblicizzare

Imparare

Appoggiare

Cosa cambia

- A partire dal 10 agosto 2023:
 - Le aziende con un negozio situato in 11 mercati (Danimarca, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito e Ucraina) continueranno a poter utilizzare i negozi di Facebook e Instagram fino a nuovo avviso.
 - Per le aziende con un negozio situato in tutti gli altri mercati dell'area EMEA:
 - Le aziende non potranno più ospitare un negozio sulla propria Pagina Facebook o sul proprio account Instagram, a meno che nel negozio non sia **abilitato Checkout con Facebook o Instagram** negli Stati Uniti.
 - Le aziende senza un negozio accessibile non potranno più utilizzare le funzionalità associate ai negozi, tra cui l'etichettatura dei prodotti (nei post, nelle bobine o nelle storie) e la creazione di nuovi segmenti di pubblico personalizzati/simili derivati dalle persone che hanno visitato un negozio.

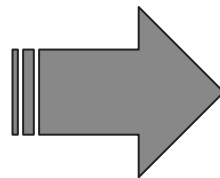
*Come abbiamo visto in
Impostare la strategia online: gli strumenti web per essere competitivi*

CRITICITÀ DEI SOCIAL NETWORK: AAA ASSISTENZA CERCA SI



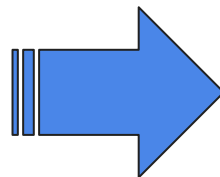
ATTENZIONE ALLE FUNZIONALITÀ ESCLUSIVE / OTTIMIZZATE IN-APP E SU SITO

APP
NATIVE
(TikTok)



In seguito
SITO WEB

SITO WEB
NATIVO
(Facebook)

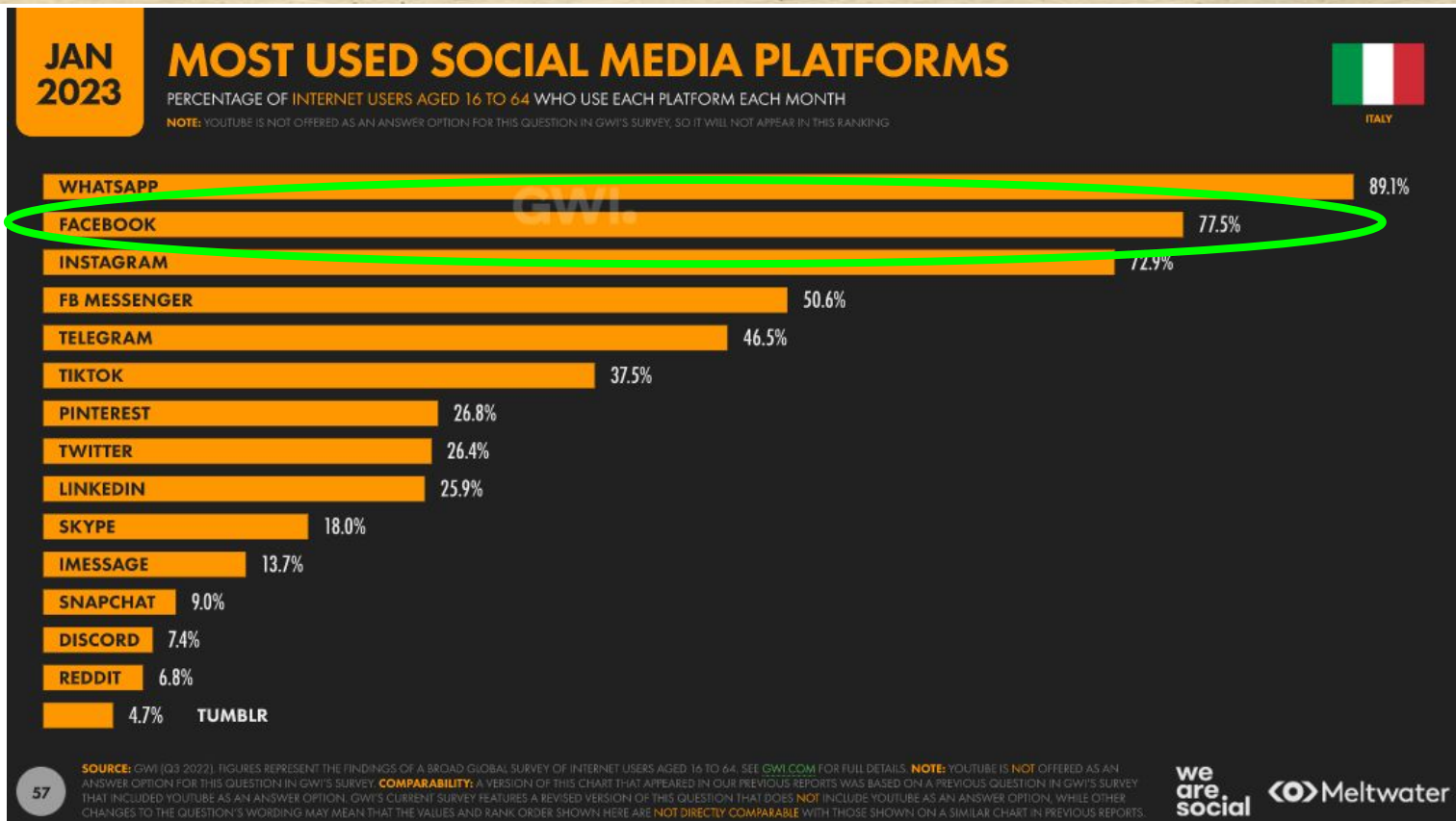


In seguito
APP

FACEBOOK: *novità e peculiarità*



FACEBOOK IN ITALIA È ANCORA DOMINANTE



LE NOVITÀ DI FACEBOOK: PIÙ CONTENUTI CONSIGLIATI

Nella nostra Home, più contenuti di pagine (si parla del doppio) che non seguiamo (ma sempre in linea con le nostre preferenze): i cosiddetti “contenuti consigliati”.

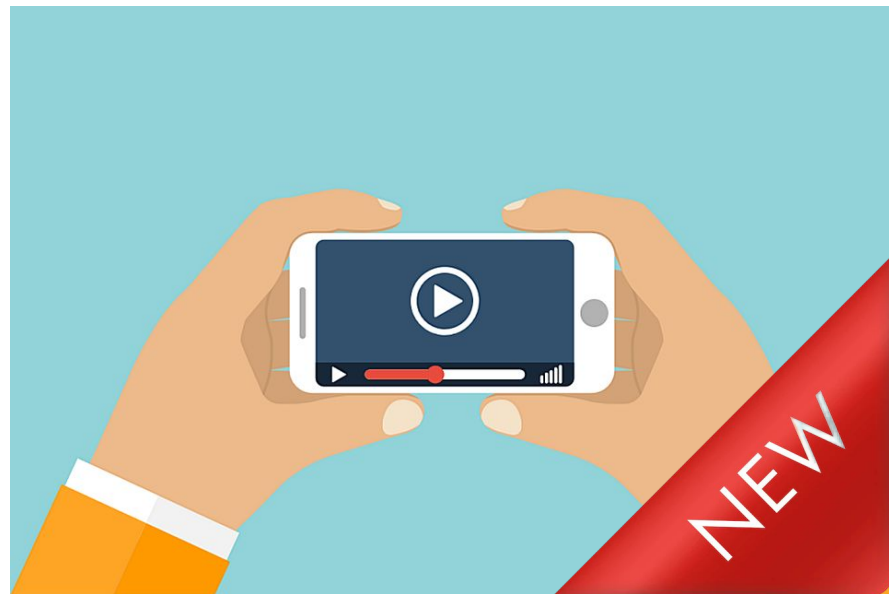
Meta quindi continua ad inseguire TikTok.

Per il resto Feed invariato (ordine cronologico).

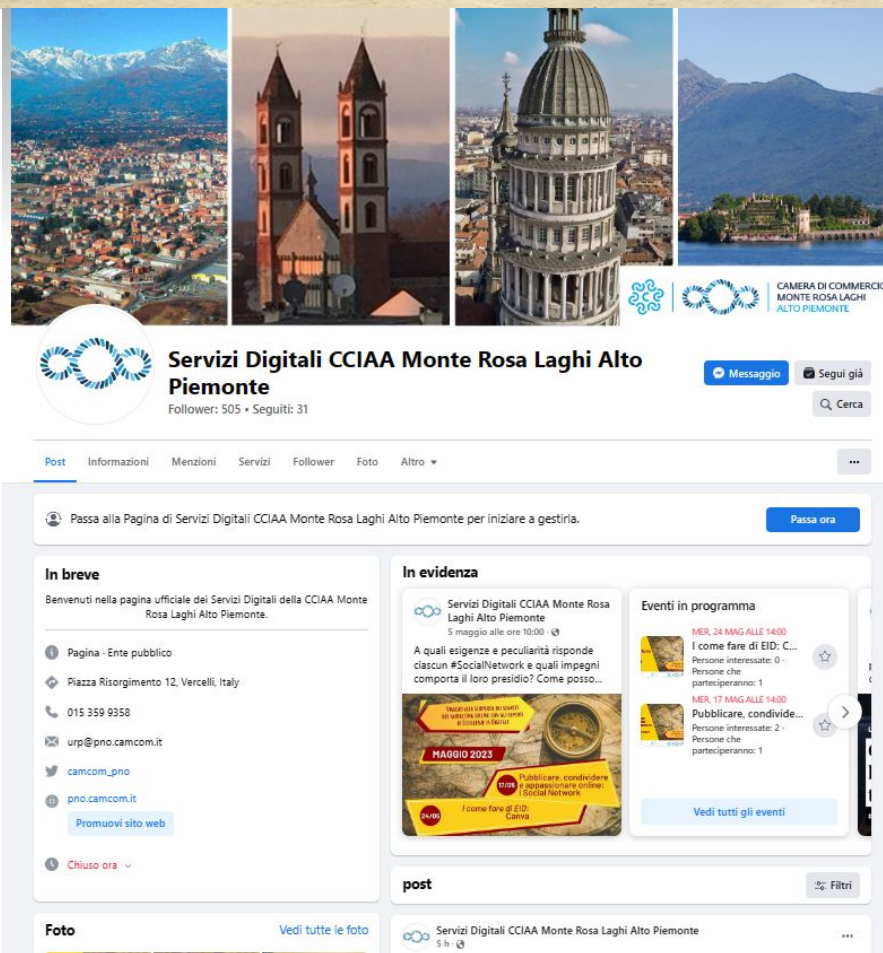


LE NOVITÀ DI FACEBOOK: MAGGIOR SPAZIO AL VIDEO MARKETING

Causa un continuo abbassamento del livello di attenzione delle persone, avranno sempre maggior spazio i contenuti video, più coinvolgenti ed immediati (soprattutto se brevi).



GLI "STRUMENTI" DI FACEBOOK: LE PAGINE



The image shows the Facebook profile page of "Servizi Digitali CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte". The header features a collage of four images: a town view, a church, a dome, and a lake. The profile picture is a blue circular logo with three interlocking gears. The page name is "Servizi Digitali CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte" with 505 followers and 31 people followed. Navigation tabs include Post, Informazioni, Menzioni, Servizi, Follower, Foto, and Altro. A blue button "Passa ora" is visible. The "In evidenza" section contains a post about social media engagement. The "Eventi in programma" section lists two events: "I come fare di E.D. C..." and "Pubblicare, condividere...". The "In breve" section provides contact information and a website link.

Servizi Digitali CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte
Follower: 505 • Seguiti: 31

Post Informazioni Menzioni Servizi Follower Foto Altro

Passa alla Pagina di Servizi Digitali CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte per iniziare a gestirla. [Passa ora](#)

In breve
Benvenuti nella pagina ufficiale dei Servizi Digitali della CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte.

1 Pagina - Ente pubblico
2 Piazza Risorgimento 12, Vercelli, Italy
3 015 359 9358
4 urp@pno.camcom.it
5 camcom_pno
6 pno.camcom.it
[Promuovi sito web](#)
7 Chiuso ora

In evidenza

Servizi Digitali CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte
5 maggio alle ore 10:00

A quali esigenze e peculiarità risponde ciascun #SocialNetwork e quali impegni comporta il loro presidio? Come posso...

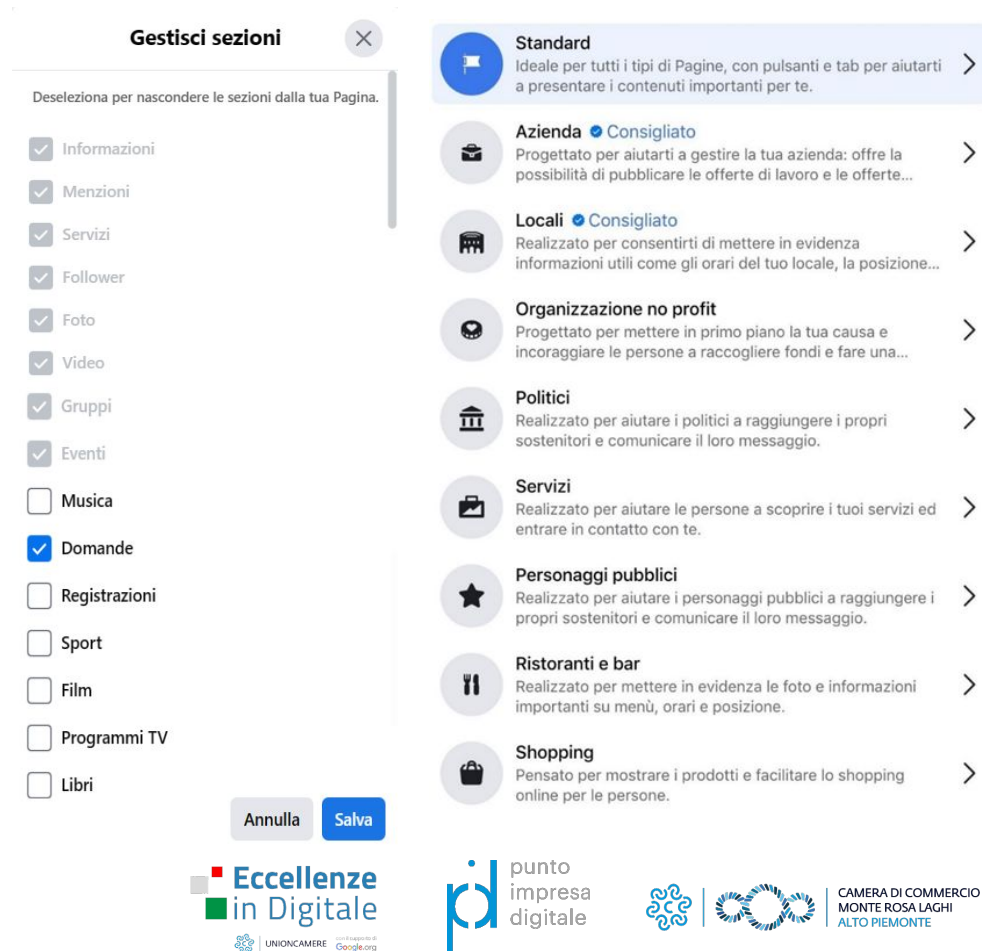
Eventi in programma

MER, 24 MAG ALLE 14:00
I come fare di E.D. C...
Persone interessate: 0 -
Persone che parteciperanno: 1

MER, 17 MAG ALLE 14:00
Pubblicare, condividere...
Persone interessate: 2 -
Persone che parteciperanno: 1

[Vedi tutti gli eventi](#)

post
Servizi Digitali CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte
5 h



The image shows the "Gestisci sezioni" (Manage sections) dialog box in Facebook. It allows users to select or deselect sections to display on their page. The sections listed are: Informazioni, Menzioni, Servizi, Follower, Foto, Video, Gruppi, Eventi, Musica, Domande, Registrazioni, Sport, Film, Programmi TV, Libri, Azienda (Consigliato), Locali (Consigliato), Organizzazione no profit, Politici, Servizi, Personaggi pubblici, Ristoranti e bar, and Shopping. The "Domande" section is currently selected. Buttons for "Annulla" (Cancel) and "Salva" (Save) are at the bottom.

Gestisci sezioni

Deseleziona per nascondere le sezioni dalla tua Pagina.

- ☒ Informazioni
- ☒ Menzioni
- ☒ Servizi
- ☒ Follower
- ☒ Foto
- ☒ Video
- ☒ Gruppi
- ☒ Eventi
- ☐ Musica
- ☒ Domande
- ☐ Registrazioni
- ☐ Sport
- ☐ Film
- ☐ Programmi TV
- ☐ Libri
- ☐ Azienda **Consigliato**
- ☐ Locali **Consigliato**
- ☐ Organizzazione no profit
- ☐ Politici
- ☐ Servizi
- ☐ Personaggi pubblici
- ☐ Ristoranti e bar
- ☐ Shopping

[Annulla](#) [Salva](#)

Standard
Ideale per tutti i tipi di Pagine, con pulsanti e tab per aiutarti a presentare i contenuti importanti per te.

Azienda **Consigliato**
Progettato per aiutarti a gestire la tua azienda: offre la possibilità di pubblicare le offerte di lavoro e le offerte...

Locali **Consigliato**
Realizzato per consentirti di mettere in evidenza informazioni utili come gli orari del tuo locale, la posizione...

Organizzazione no profit
Progettato per mettere in primo piano la tua causa e incoraggiare le persone a raccogliere fondi e fare una...

Politici
Realizzato per aiutare i politici a raggiungere i propri sostenitori e comunicare il loro messaggio.

Servizi
Realizzato per aiutare le persone a scoprire i tuoi servizi ed entrare in contatto con te.

Personaggi pubblici
Realizzato per aiutare i personaggi pubblici a raggiungere i propri sostenitori e comunicare il loro messaggio.

Ristoranti e bar
Realizzato per mettere in evidenza le foto e informazioni importanti su menù, orari e posizione.

Shopping
Pensato per mostrare i prodotti e facilitare lo shopping online per le persone.

Eccellenze in Digitale
UNIONCAMERE
con il supporto di Google.org

punto impresa digitale
CAMERA DI COMMERCIO MONTE ROSA LAGHI ALTO PIEMONTE

GLI "STRUMENTI" DI FACEBOOK: LE PAGINE

Appuntamenti

Raccogli e gestisci le richieste di appuntamento, comunica con i clienti e mostra i tuoi servizi e la tua disponibilità.

Appuntamenti

Impostazioni

Disponibilità

Prenotazione online

Fuso orario

Approvazione dell'appuntamento

Notifiche

Doppia prenotazione

Prenotazione in anticipo

Visualizzazione dell'orario di inizio

Promemoria per i clienti

Disponibilità

Scegli i giorni e gli orari in cui desideri offrire appuntamenti.

Lunedì

09:30 - 18:00

Martedì

09:30 - 18:00

Mercoledì

09:30 - 18:00

Giovedì

09:30 - 18:00

Venerdì

09:30 - 18:00

Sabato

Nessuna disponibilità

Domenica

Nessuna disponibilità

Aggiungi servizio

Foto del servizio

Mostra ai clienti in cosa consiste questo servizio.

Aggiungi foto

Nome del servizio

Nome del servizio

0/40

Descrizione • Facoltativo

Informa le persone di questo servizio.

Prezzo

Prezzo fisso

€ 0,00

Durata

Durata fissa

0 ore

30 minuti

Blocca il tempo aggiuntivo

Elimina le modifiche

Aggiungi servizio

CANVA

**VIAGGIO ALLA SCOPERTA DEI SEGRETI
DEL MARKETING ONLINE CON GLI ESPERTI
DI ECCELLENZE IN DIGITALE**

24

**Eccellenze
in Digitale**


 punto
impresso
digitale

CAMERA DI COMMERCIO
MONTE ROSA LAGHI
ALTO REMONTE

MERCOLEDÌ 24 MAGGIO 2023 DALLE ORE 14:00 ALLE 15:00

I come fare di EID: CANVA

Evento online

Informazioni

Discussione

☆ Mi interessa

☒ Parteciperò

 Invita

Dettagli

 1 h

Evento di Servizi Digitali CCIAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte

 Pubblico - Chiunque su Facebook o fuori Facebook

Iscrizione gratuita previa iscrizione: https://conference-web-it.zoom.us/j/WN_z3...

Ciclo Eccellenze in Digitale 2023 "VIAGGIO nel DIGITALE: scopri i segreti del marketing!"

Come posso realizzare gratuitamente i progetti grafici aziendali con CANVA? In che modo possiamo sfruttare la creatività dell'impresa per colpire il nostro target?

Nel terzo focus pratico verranno illustrate le funzionalità gratuite dello strumento CANVA, per creare grafiche in linea con gli obiettivi di conversione aziendali. **Mostra meno**

Online

Condividi nei gruppi

[Mostra tutto](#)

Condividi

➦ Condividi

➦ Condividi

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! ▶ · Cookie · Altro · Meta © 2023

Eccellenze
in Digitale

UNIONCAMERE

con il supporto di Google.org

pd punto
impresa
digitale

CAMERA DI COMMERCIO
MONTE ROSA LAGHI
ALTO PIEMONTE

GLI "STRUMENTI" DI FACEBOOK: LA WATCH TV

Watch

Cerca video

Home

Programmi

In diretta

Video salvati

La tua lista dei video

Gestisci

Video più recenti

Facebook for Business
Più di 9 nuovi video

Neil Patel
Più di 9 nuovi video

Gary Vaynerchuk
Più di 9 nuovi video

Medici Senza Frontiere

Palazzo delle Esposizioni
Più di 9 nuovi video

ActionAid Italia
Più di 9 nuovi video

Freeda

EMERGENCY
Più di 9 nuovi video

Alessandro Fusacchia
Più di 9 nuovi video

Internazionale
3 nuovi video



Freeda

Follower: 2 mln

✓ Segui già

Realizzazione femminile, stile personale, collaborazione tra donne. Segui anche su YouTube: <https://goo.gl/avkQyt>

Più popolari



Nadia Comăneci

Era il 1976 e i computer non erano ancora in grado di segnare una cifra doppia sul tabelione. Durante quell'Olimpiade e a soli 14 anni, Nadia Comăneci si aggiudicò un 10 per ben sette volte, diventando la prima atleta nella storia della ginnastica a ottenere il punteggio pieno. Oggi compie 59 anni e noi vogliamo...

👍👍👍 Chiarasole Lù, Alessandra Zattoni e altri 69.039

Commenti: 1936 Condivisioni: 23.958

GLI “STRUMENTI” DI FACEBOOK: MESSENGER

Risposte automatiche	
Saluta le persone	▼
Risposta istantanea	☒
Messaggio per lo stato Assente	No
Condividi e ottieni informazioni	▼
FAQ	☒
Invia conferme	▼
Candidatura per l'offerta di lavoro ricevuta	☐
Follow-up	▼
Promemoria degli appuntamenti	☒
Follow-up degli appuntamenti	☐
Pagina consigliata	☒
Pagina sconsigliata	☒

 Mirti & Mirtilli ▼

Salute/bellezza

Scegli un'opzione o digita il tuo messaggio.

Quando rispondi, Mirti & Mirtilli vedrà le tue informazioni pubbliche.

Quanto costano i vostri prodotti o servizi?

Potete dirmi di più sulla vostra azienda?

Qualcuno può aiutarmi?

Potete consigliarmi qualcosa?

Preimpostare FAQ

Impostare delle risposte automatiche (es. “Grazie di averci contattato. Le risponderemo....”)

GLI "STRUMENTI" DI FACEBOOK: LO SHOP

Inizia a vendere su Facebook, Instagram o su entrambi

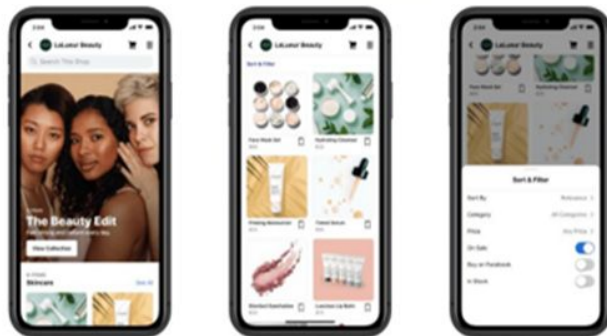
Configurare uno shop è gratuito e richiede pochi minuti. Una volta approvato e quando avrai aggiunto i prodotti al tuo catalogo, i clienti potranno sfogliare il tuo shop e fare acquisti.

Uno shop, più modi di farti scoprire

Progetta e gestisci il tuo shop su Facebook e Instagram da un unico posto.

Instagram

Facebook



Acquisto rapido e sicuro

I clienti possono guardare e acquistare i prodotti direttamente nell'app o essere reindirizzati alla procedura di acquisto del tuo sito web.



Nessun costo di iscrizione

Configurare e mantenere il tuo shop su Facebook e Instagram è gratuito.



Semplice gestione dell'inventario

Collega un catalogo esistente o creane uno nuovo per aggiungere, promuovere e vendere i tuoi prodotti.

Vendi già online?



Completa la configurazione con la tua piattaforma partner

Se vendi su Shopify, BigCommerce o un'altra piattaforma partner, crea uno shop importando e sincronizzando i tuoi prodotti.

Ti reindirizzeremo per completare la configurazione in base alla piattaforma che usi. [Sincronizza una piattaforma partner](#)

Testa la tua integrazione API

Crea uno shop di prova per provare la tua integrazione e visualizzare un'anteprima dell'esperienza di acquisto dei clienti.

[Crea uno shop di prova](#)

GLI "STRUMENTI" DI FACEBOOK: LA BUSINESS SUITE

Strumento di pianificazione
Pianifica il tuo calendario di marketing creando, programmando e gestendo i tuoi contenuti.

[Crea inserzione](#) [Crea](#)

Settimana Mese < Oggi > **febbraio 2023** Tipo di contenuti: Tutti Condviso con: Tutti

dom 5 lun 6 mar 7 mer 8 gio 9 ven 10 sab 11

Bozze di post



Nessuna bozza di post
Non hai ancora creato nessuna bozza di post.

[Crea post](#)

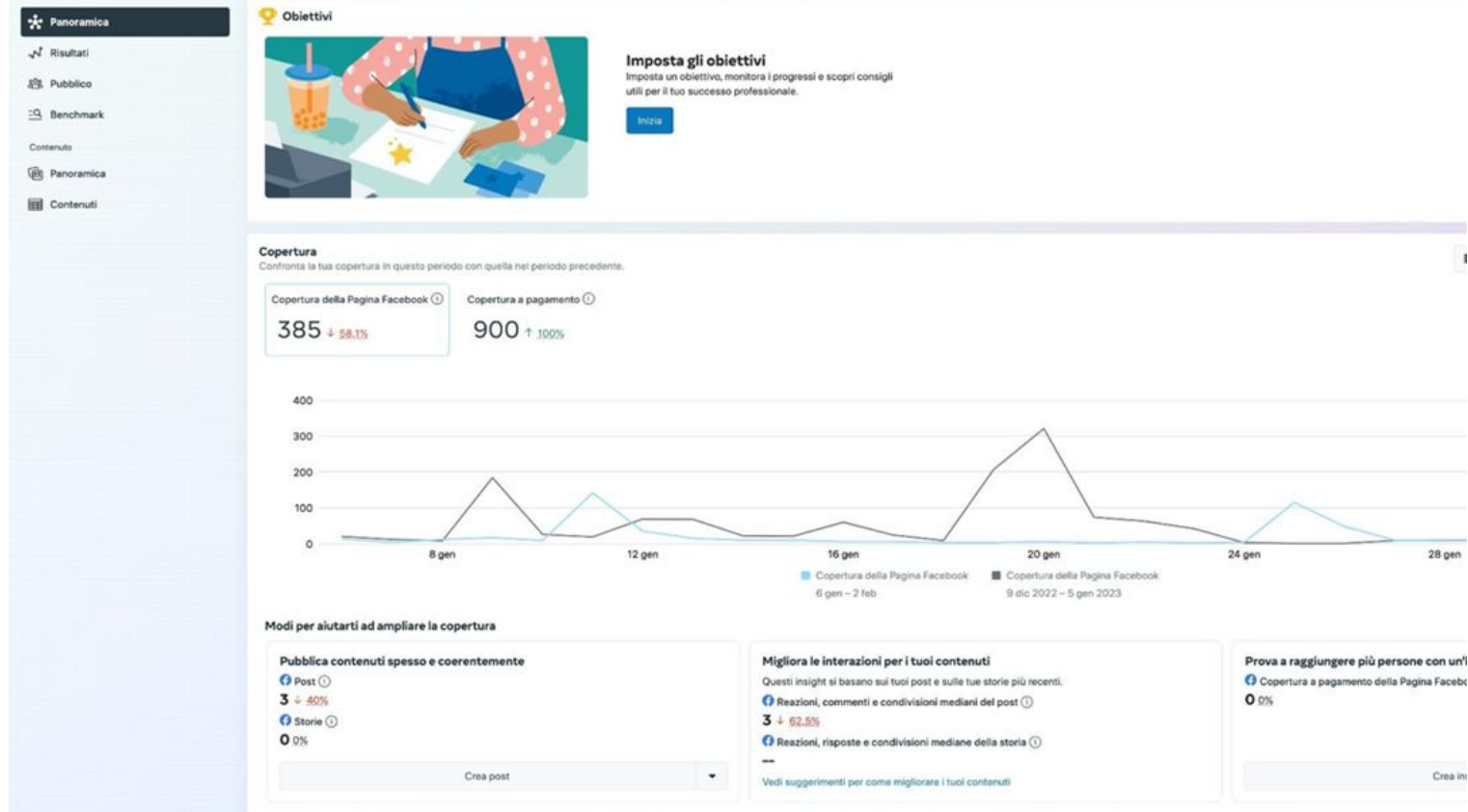


Programma un post, una storia o un'inserzione.
Risparmia tempo programmando in anticipo.

[Programma](#)

Come creare contenuti gratuitamente
→ PARTECIPA al web07 EID > I come fare di EID: CANVA ←

GLI “STRUMENTI” DI FACEBOOK: GLI INSIGHT



BEST PRACTICES

- 👤 Teniamo conto della tipologia di utenti che lo popolano.
- 👦 Stimoliamo e ricondividiamo gli UGC (User Generated Content).
- 🌐 Cerchiamo di portare gli utenti sul nostro sito web.
- ☀️ Creiamo contenuti di valore (che l'utente percepisca come utili per lui).
- 😊 Usiamo le emoji (meno gli hashtag).
- 📶 Utilizziamo immagini e video di qualità (non necessariamente professionali).
- 📱 Sfruttiamo le Stories, coinvolgendo gli utenti, mostrando i "dietro le quinte", informando, divertendo, etc.



INSTAGRAM: *novità e peculiarità*



IN ITALIA INSTAGRAM SEGUE E TALLONA FACEBOOK

JAN
2023

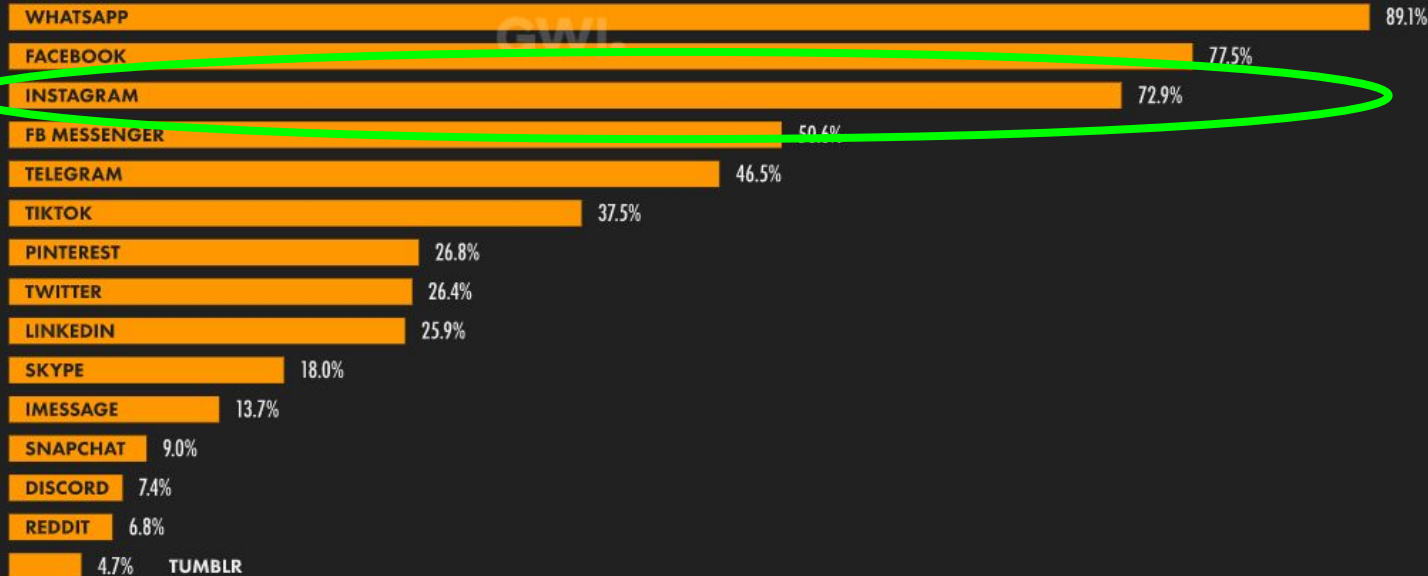
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



ITALY



57

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

we
are.
social

Meltwater

LE NOVITÀ DI INSTAGRAM: INSTAGRAM NOTES

Possibilità di condividere solo testo ed emoji (quindi senza immagine): l'obiettivo è di "recuperare" i fuoriusciti (insoddisfatti) da Twitter.



CamCom Monte Rosa Laghi Alto Piemonte @camcom_pno · 9 mag · ...

Vuoi scoprire come usare i social network per promuovere la tua azienda e ampliare le vendite? Partecipa al webinar gratuito del 17 maggio coi nostri esperti del Punto Impresa Digitale e lo scoprirai.

Info e iscrizioni: bit.ly/3mldkTs

[#eccellenzeindigitale](https://twitter.com/camcom_pno)

NEW

LE NOVITÀ DI INSTAGRAM: I PROFILI DI GRUPPO

Meta cerca di replicare su Instagram ciò che sta funzionando molto bene su Facebook (Gruppi) e WhatsApp (chat di gruppo).

Sarà possibile pubblicare e condividere post e storie in un profilo dedicato e condiviso con gli amici.



LE NOVITÀ DI INSTAGRAM: LE CANDID STORIES

Storie a invito (sono “private”).

Scatto con entrambe le fotocamere (frontale e “selfie”).

Richiamano le challenge su TikTok



LE NOVITÀ DI INSTAGRAM: LO ZOOM SULLE STORIES

Sarà possibile “zoomare” le stories:
ciò significa maggiore attenzione a qualità e
dettagli dei propri contenuti.



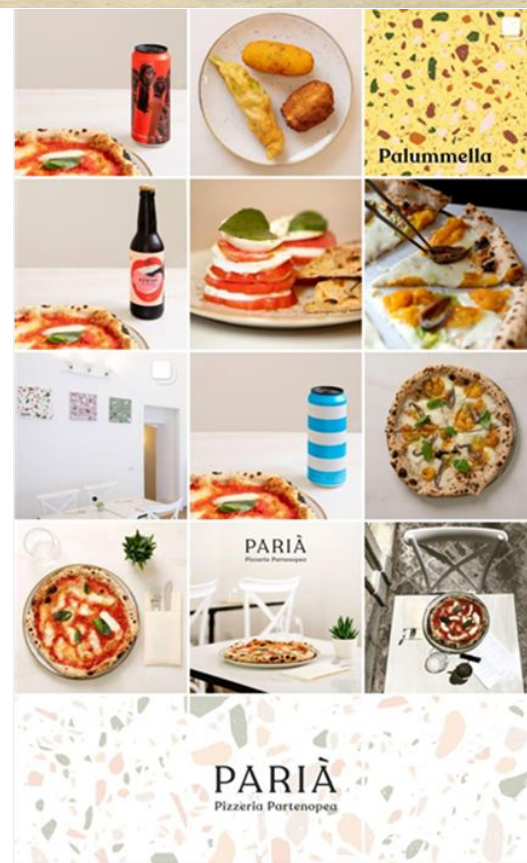
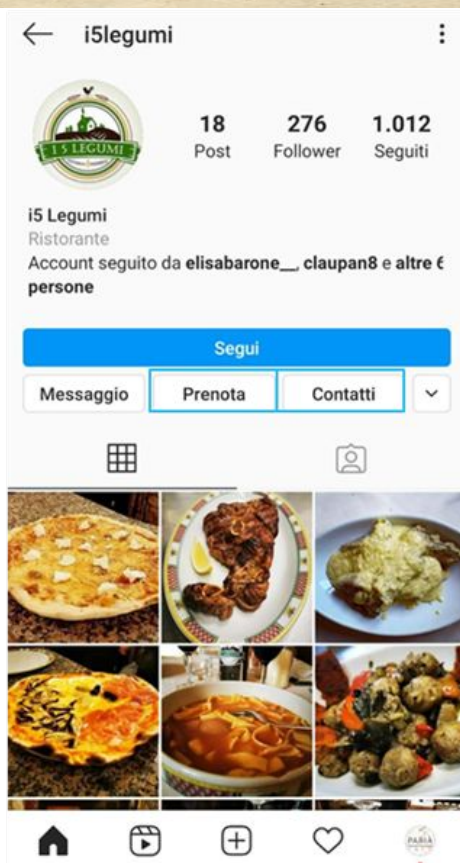
LE NOVITÀ DI INSTAGRAM: MAGGIOR VISIBILITÀ AI REELS (NATIVI SU INSTAGRAM)

I Reels avranno sempre maggior spazio.

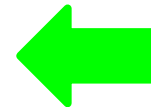
Verranno penalizzati (minor spazio) contenuti creati su TikTok e ripostati su Instagram.



GLI "STRUMENTI" DI INSTAGRAM: IL PROFILO AZIENDALE

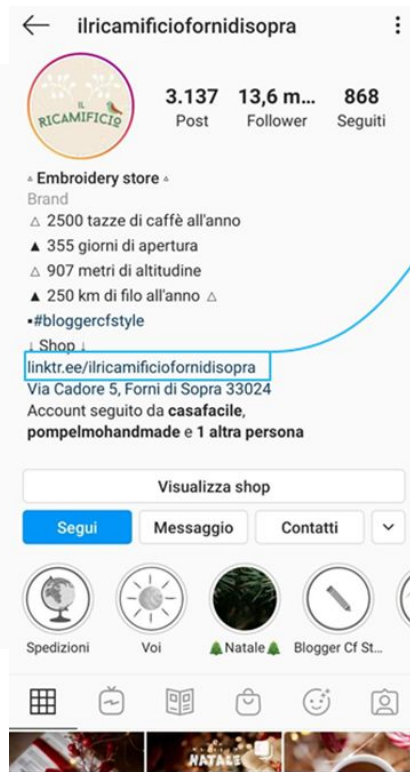


GLI "STRUMENTI" DI INSTAGRAM: LE STORIE IN EVIDENZA



Come creare le icone per le "Storie in evidenza"
→ PARTECIPA al web07 EID > I come fare di EID: CANVA ←

GLI "STRUMENTI" DI INSTAGRAM: LA BIO



RETTIFICA:

è ora possibile mettere più di un link nella bio.

Tuttavia, programmi come Linkt.ee possono essere utili se:

- non vogliamo inserire tutti i link in bio (perché graficamente rimarrebbe confusionario)
- personalizzare la pagina di scelta dei link (come nell'immagine di esempio qui a sinistra).

<https://linktr.ee/>

GLI "STRUMENTI" DI INSTAGRAM: LO SHOP

Inizia a vendere su Facebook, Instagram o su entrambi

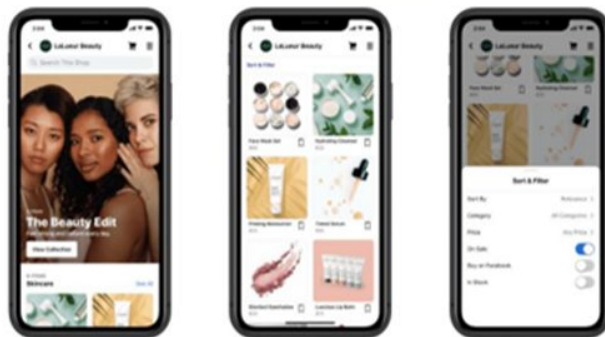
Configurare uno shop è gratuito e richiede pochi minuti. Una volta approvato e quando avrai aggiunto i prodotti al tuo catalogo, i clienti potranno sfogliare il tuo shop e fare acquisti.

Uno shop, più modi di farti scoprire

Progetta e gestisci il tuo shop su Facebook e Instagram da un unico posto.

Instagram

Facebook



Acquisto rapido e sicuro

I clienti possono guardare e acquistare i prodotti direttamente nell'app o essere reindirizzati alla procedura di acquisto del tuo sito web.



Nessun costo di iscrizione

Configurare e mantenere il tuo shop su Facebook e Instagram è gratuito.



Semplice gestione dell'inventario

Collega un catalogo esistente o creane uno nuovo per aggiungere, promuovere e vendere i tuoi prodotti.

Vendi già online?



Completa la configurazione con la tua piattaforma partner

Se vendi su Shopify, BigCommerce o un'altra piattaforma partner, crea uno shop importando e sincronizzando i tuoi prodotti.

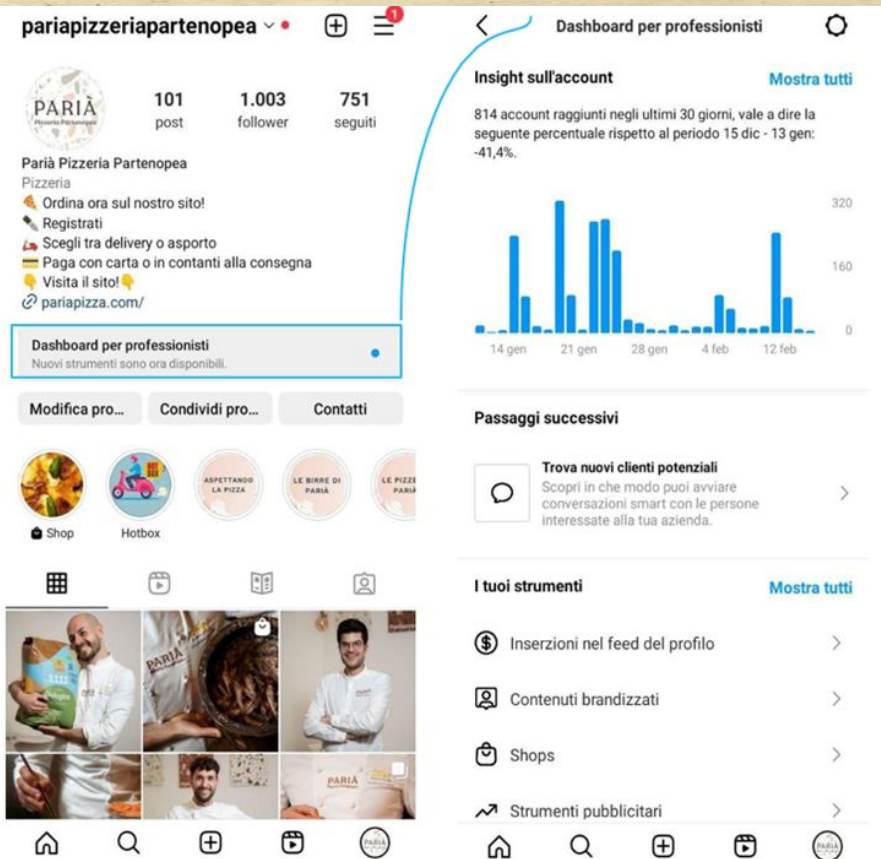
Ti reindirizzeremo per completare la configurazione in base alla piattaforma che usi. [Sincronizza una piattaforma partner](#)

Testa la tua integrazione API

Crea uno shop di prova per provare la tua integrazione e visualizzare un'anteprima dell'esperienza di acquisto dei clienti.

[Crea uno shop di prova](#)

GLI "STRUMENTI" DI INSTAGRAM: GLI INSIGHT



BEST PRACTICES

-  Teniamo conto della tipologia di utenti che lo popolano.
-  Stimoliamo e ricondividiamo gli UGC (User generated Content).
-  Cerchiamo di portare gli utenti sul nostro sito web.
-  Creiamo contenuti di valore (che l'utente percepisca come utili per lui).
-  Usiamo emoji e agli hashtag ("di brand" se l'azienda è conosciuta e "specifici" seguendo una strategia, i "generici" cerchiamo di non usarli se non sono strategici).
-  Usiamo immagini e video di qualità (non necessariamente professionali).
-  Sfruttiamo le Stories, coinvolgendo gli utenti, mostrando i "dietro le quinte", informando, divertendo, etc.



LINKEDIN: *novità e peculiarità*



LINKEDIN "PAGA" LA SUA SETTORIALITÀ

JAN
2023

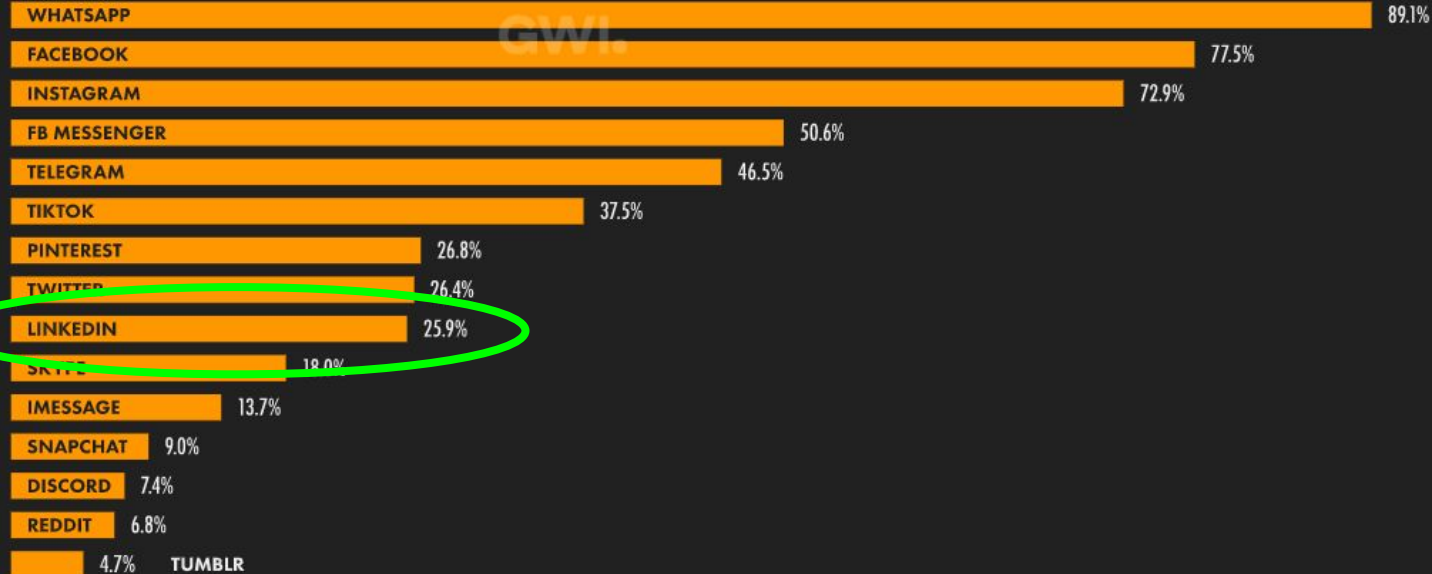
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



ITALY



57

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater

LE NOVITÀ DI LINKEDIN: NUOVA ESPERIENZA DI ANALISI DEI DATI

Insight migliorati e ampliati.



LE NOVITÀ DI LINKEDIN: RICERCA DEI PRODOTTI PIÙ AFFINATA

2020: nascono le pagine prodotto B2B

2023: vengono maggiormente affinati i filtri di categoria per gli elenchi.

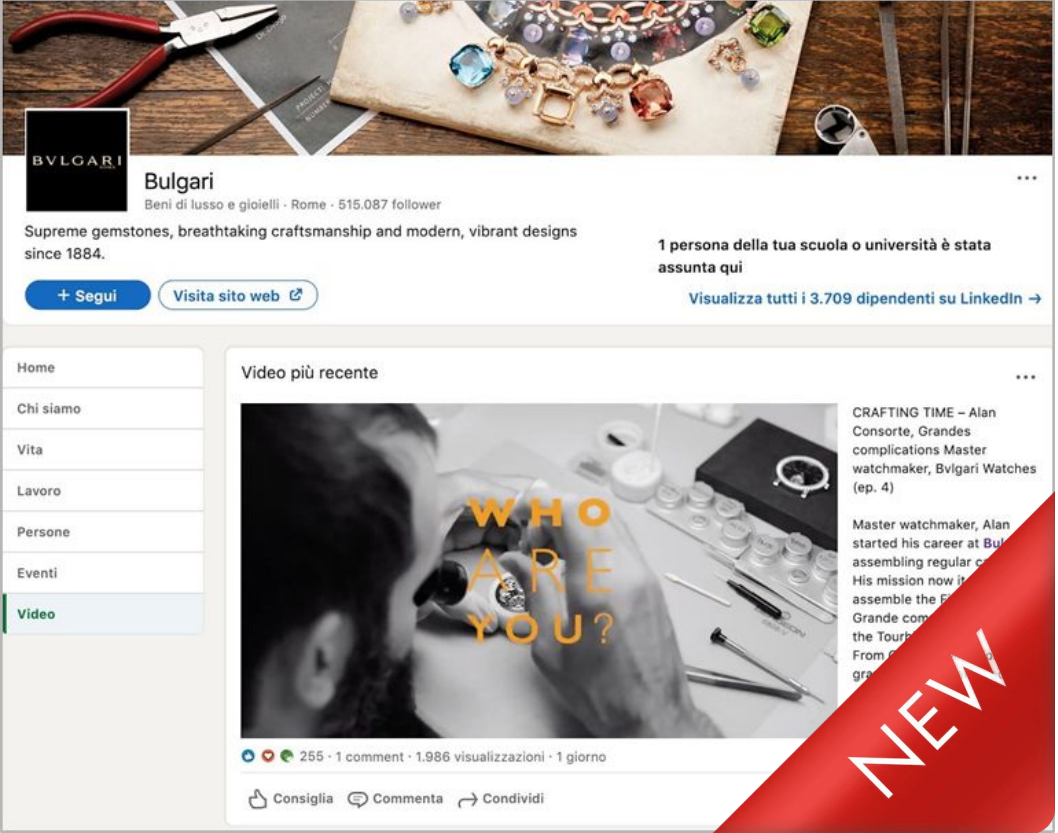


LE NOVITÀ DI LINKEDIN: MAGGIORI STRUMENTI PER I VIDEO

I video su LinkedIn hanno uno scopo differente rispetto a quelli presenti in altri social: sono maggiormente informativi (da un punto di vista professionale) e possono aiutare nella ricerca del lavoro.

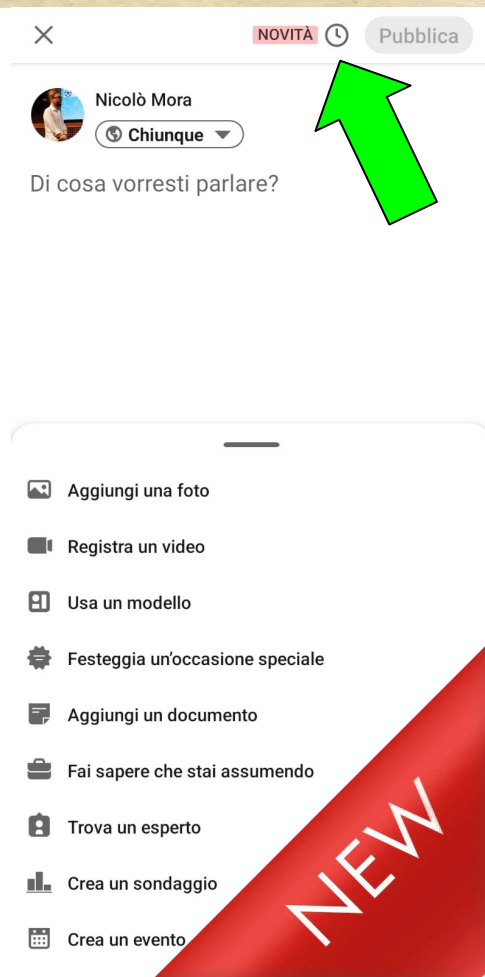
LinkedIn potrebbe inserire degli strumenti per consentire di targettizzare meglio i video (oltre a miniature e sottotitoli già presenti).

Obiettivo: far arrivare i video giusti alle persone giuste.



The image shows a screenshot of the Bulgari LinkedIn profile. The header features a banner image of jewelry-making tools and finished pieces. Below the banner, the profile name 'Bulgari' is displayed with the tagline 'Beni di lusso e gioielli · Rome · 515.087 follower'. A description reads: 'Supreme gemstones, breathtaking craftsmanship and modern, vibrant designs since 1884.' Navigation buttons for '+ Segui' and 'Visita sito web' are visible. A notification states '1 persona della tua scuola o università è stata assunta qui' with a link to 'Visualizza tutti i 3.709 dipendenti su LinkedIn'. The left sidebar contains navigation links: Home, Chi siamo, Vita, Lavoro, Persone, Eventi, and Video (highlighted). The main content area shows a video post titled 'Video più recente' with a thumbnail of a watchmaker and the text 'WHO ARE YOU?'. The video description mentions 'CRAFTING TIME - Alan Consorte, Grandes complications Master watchmaker, Bvlgari Watches (ep. 4)'. Engagement metrics show 255 likes, 1 comment, and 1,986 visualizzazioni. A red diagonal banner with the word 'NEW' is overlaid on the bottom right of the video post.

LE NOVITÀ DI LINKEDIN: POSSIBILITÀ DI PROGRAMMARE I POST DA MOBILE



Su LinkedIn è ora possibile programmare i post anche tramite app.

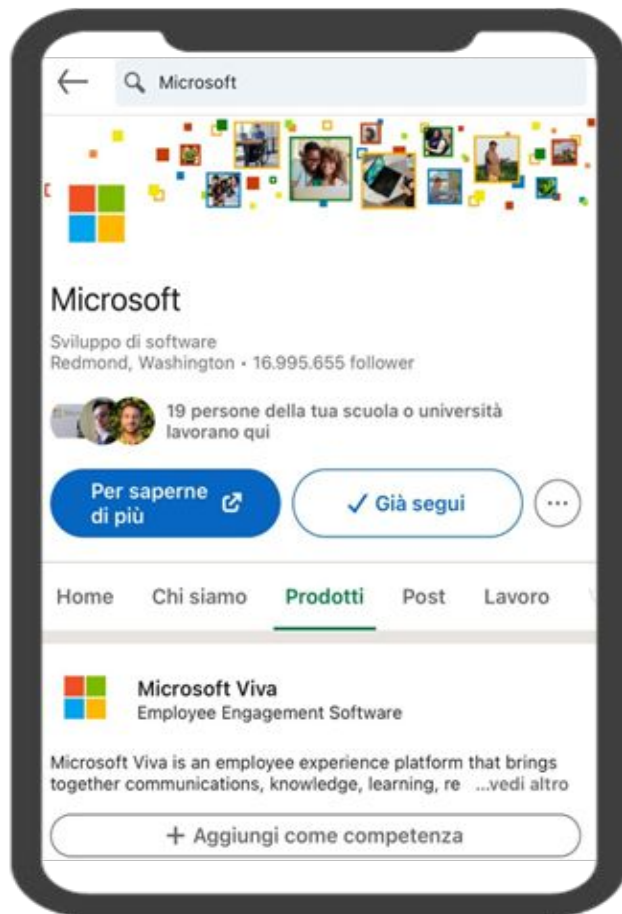
GLI "STRUMENTI" DI LINKEDIN: LA PAGINA AZIENDALE



The screenshot shows the LinkedIn profile of 'Punto Impresa Digitale'. At the top, there is a search bar with the text 'Dove sono i Punti Impresa Digitale: trova quello più vicino a te' and a location pin icon. Below this is the company logo, a stylized 'pd' in blue. The company name 'Punto Impresa Digitale' is prominently displayed, followed by a description: 'I Punto Impresa Digitale sono strutture di servizio delle Camere di commercio per diffondere il digitale nelle imprese'. It also shows 'Pubblica amministrazione · 1.785 follower · 19 dipendenti'. A section below the description shows a profile picture of Lorena and the text 'Lorena e altri 6 collegamenti lavorano qui'. There are three buttons: 'Già segui' (with a checkmark), 'Visita il sito web' (with an external link icon), and 'Altro'. A navigation bar at the bottom of the profile section includes 'Home' (highlighted), 'Chi siamo', 'Post', 'Lavoro', and 'Persone'. The main content area is titled 'Informazioni' and contains a paragraph about the service: 'I Punti Impresa Digitale sono strutture di servizio localizzate presso le Camere di commercio dedicate alla diffusione della cultura e della pratica della diffusione del digitale nelle MPMI (Micro Piccole Medie Imprese) di tutti i settori economici. Al network di punti «fisici» si aggiunge una rete "virtuale" attraverso il ricorso ad un'ampia gamma di strumenti d ... vedi altro'.

- ❖ Sezione Analisi: informazioni sulle prestazioni della pagina che consentono di valutare le tendenze in base a metriche e periodi di tempo.
- ❖ Sezione contenuto: Suite di strumenti che aiuta le aziende a coinvolgere meglio i dipendenti sulla piattaforma attraverso analisi avanzate.
- ❖ Maggiori info aziendali.
- ❖ Call To Action
- ❖ Persone che lavorano per l'azienda

GLI "STRUMENTI" DI LINKEDIN: LE PAGINE PRODOTTO



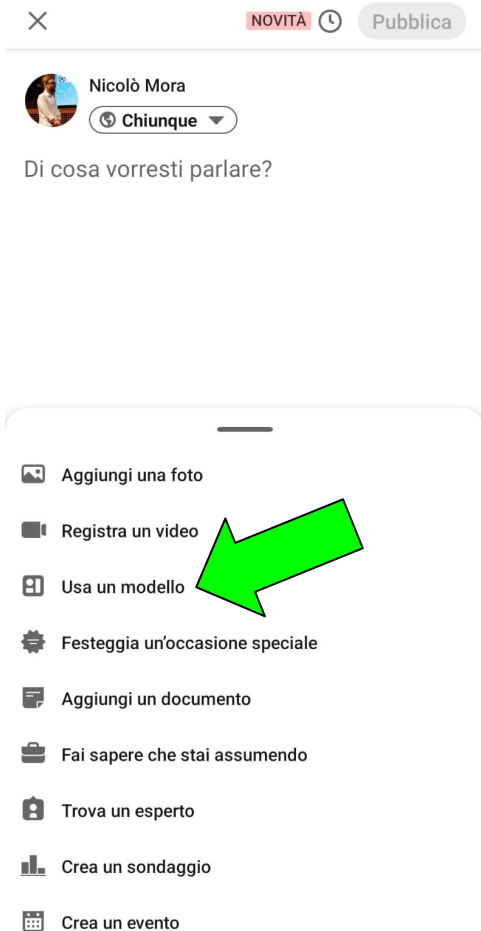
Le pagine prodotto consentono alle organizzazioni di mettere in evidenza i propri prodotti su LinkedIn.

Le pagine prodotto vengono mostrate all'interno di una apposita sezione scheda Prodotto della pagina.

Follower e visitatori della pagina possono fornire feedback sui prodotti attraverso le segnalazioni che saranno visibili pubblicamente sulla pagina prodotto.

Disponibili per: software B2B, hardware per computer, servizi finanziari, assicurazioni, istruzione, sanitario e farmaceutico.

GLI "STRUMENTI" DI LINKEDIN: I MODELLI



Per creare facilmente contenuti visivamente accattivanti sono disponibili i modelli.

Si può scegliere tra più sfondi e font.

GLI "STRUMENTI" DI LINKEDIN: I SONDAGGI

×

NOVITÀ ⌚ Pubblica

Nicolò Mora

Chiunque ▼

Di cosa vorresti parlare?

Aggiungi una foto

Registra un video

Usa un modello

Festeggia un'occasione speciale

Aggiungi un documento

Fai sapere che stai assumendo

Trova un esperto

Crea un sondaggio

Crea un evento

← Crea un sondaggio Fine

La tua domanda *

Aggiungi domanda

0/140

Opzione 1 *

Aggiungi opzione

0/30

Opzione 2 *

Aggiungi opzione

0/30

+ Aggiungi opzione

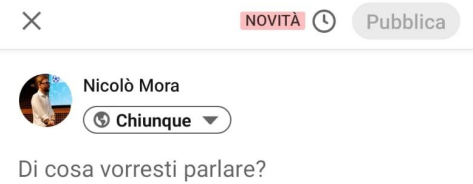
Durata del sondaggio

7 giorni ▼

I sondaggi aiutano ad interagire con i membri di LinkedIn. Sono molto utili per capire tendenze, opinioni e possono essere un ottimo antipasto di conversazione.

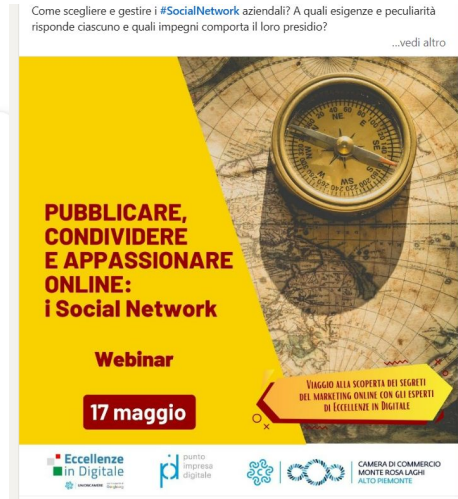
- Non si possono chiedere opinioni politiche, stato di salute o altri dati sensibili.
- È possibile di vedere chi ha votato e come.
- I sondaggi hanno una durata di tempo (1 o 3 giorni, 1 o 2 settimane).

GLI "STRUMENTI" DI LINKEDIN: IL CAROSELLO



Il carosello consente una fruizione dei contenuti in maniera più dinamica e interattiva.

Si deve caricare un documento (es. 3 immagini salvate come un unico PDF).



GLI "STRUMENTI" DI LINKEDIN: LINKEDIN NEWSLETTER & PUBLISHING

LinkedIn Publishing offre la possibilità di pubblicare un articolo su LinkedIn con lo strumento di pubblicazione degli articoli della piattaforma, dove scrivere e condividere competenze approfondite con la propria rete.

Crea una newsletter

Dettagli della newsletter

Titolo newsletter*

Aggiungi il titolo della newsletter

Con quale frequenza vuoi pubblicare?*

Seleziona un'opzione

Descrizione newsletter*

Aggiungi la descrizione della newsletter

Questa descrizione compare insieme al titolo della newsletter



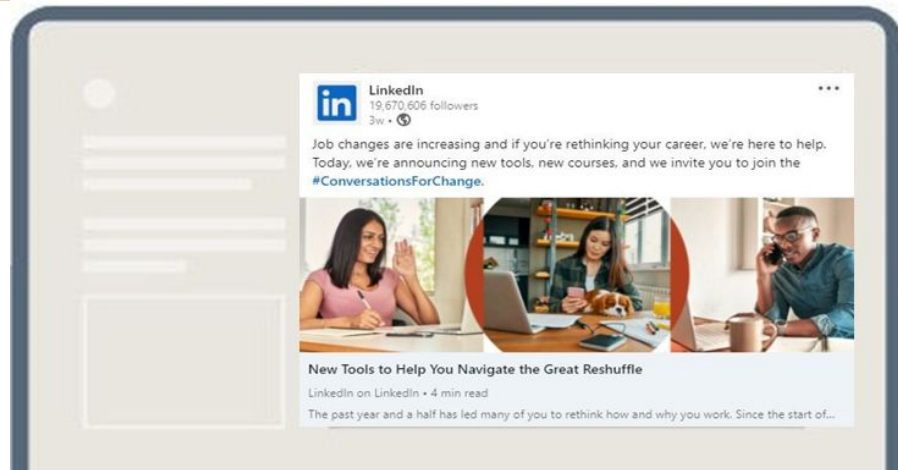
Aggiungi un'immagine o un logo per la newsletter per aumentare l'interesse.
Le dimensioni consigliate dell'immagine sono 300x300 pixel.

Carica immagine



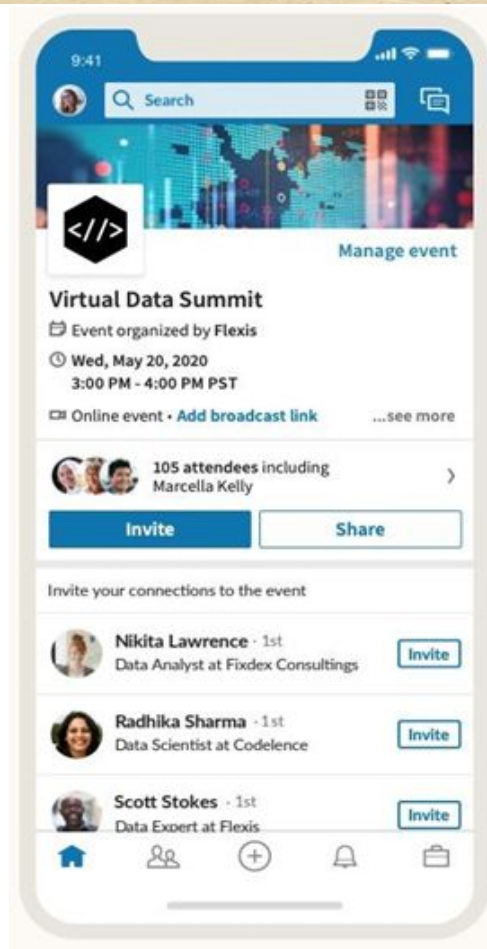
I follower della tua pagina verranno invitati a iscriversi

La rete della tua pagina riceverà una notifica non appena pubblicherai il primo numero della tua newsletter.



LinkedIn Newsletter permette di condividere regolarmente il tuo punto di vista pubblicando articoli con la frequenza che preferisci. Gli iscritti riceveranno una notifica push e un'email dopo ogni nuova edizione. Limite di 1 newsletter per pagina.

GLI "STRUMENTI" DI LINKEDIN: LINKEDIN EVENTS



LinkedIn Events aiuta ad organizzare un evento pubblico.

- Modulo di registrazione all'evento (max 6 campi).
- Dati di registrazione scaricabili.
- Notifiche promemoria inviate automaticamente tramite notifiche ai partecipanti (data e l'ora di inizio 7 giorni, 3 giorni e 15 minuti prima dell'evento).
- Una notifica di eventuali modifiche all'evento.

È necessario sfruttare uno strumento di trasmissione di terze parti (es. SocialLive, Streamyard, Switcher Studio, Restream, Wirecast, Vimeo).

BEST PRACTICES

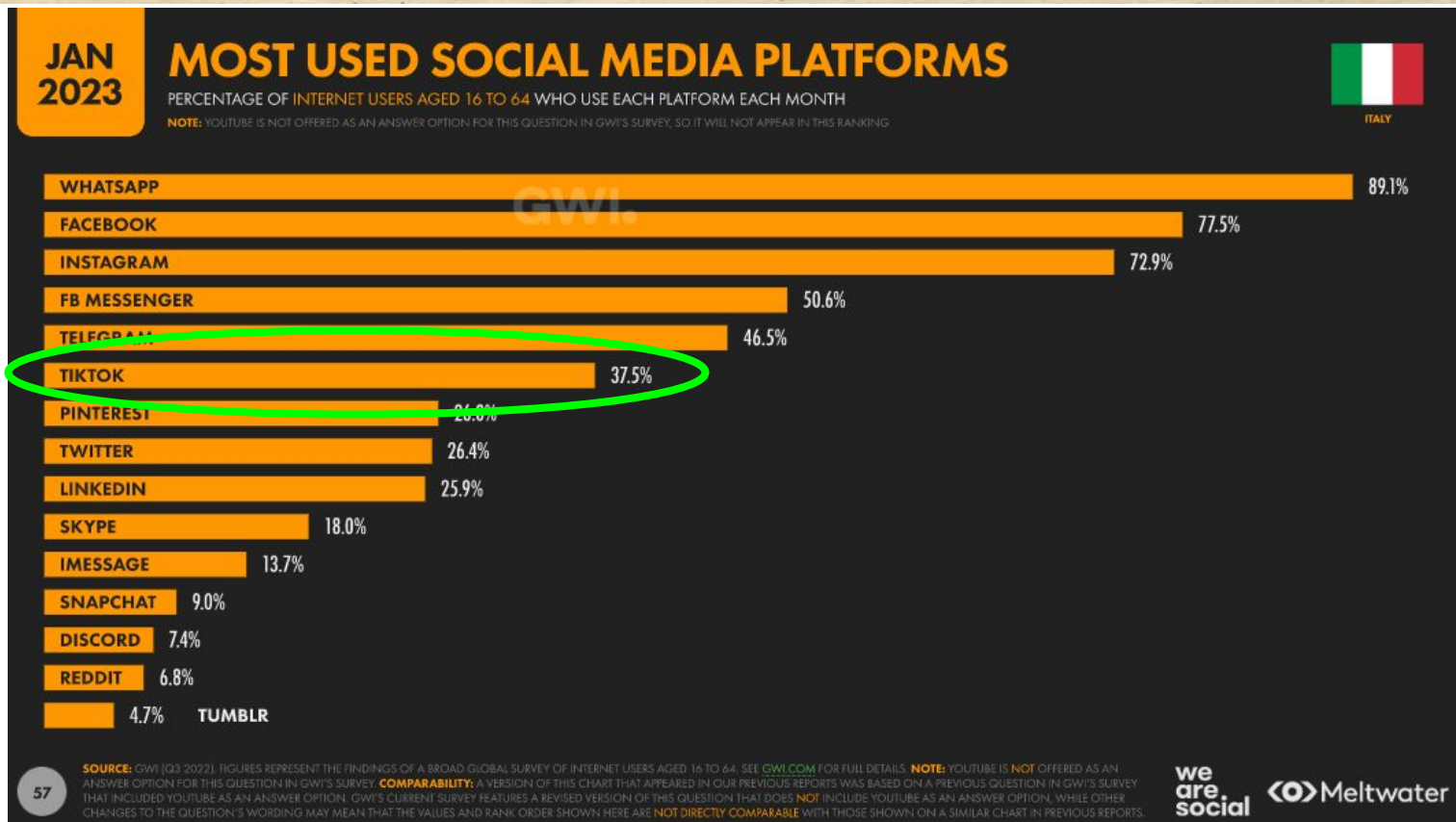
- 👤 Teniamo conto della tipologia di utenti che lo popolano.
- 📰 Cerchiamo di essere attivi partecipando a discussioni e sfruttando le varie opzioni di pubblicazione.
- 🌟 Creiamo contenuti di valore.
- 😊 Usiamo emoji e agli hashtag (“di brand” se l’azienda è conosciuta e “specifici” seguendo una strategia, i “generici” cerchiamo di non usarli se non sono strategici).
- 📶 Usiamo immagini e video di qualità (professionali).
- 📱 Sfruttiamo le Stories, coinvolgendo gli utenti, mostrando i “dietro le quinte”, informando, istruendo, etc.



TIKTOK: *novità e peculiarità*

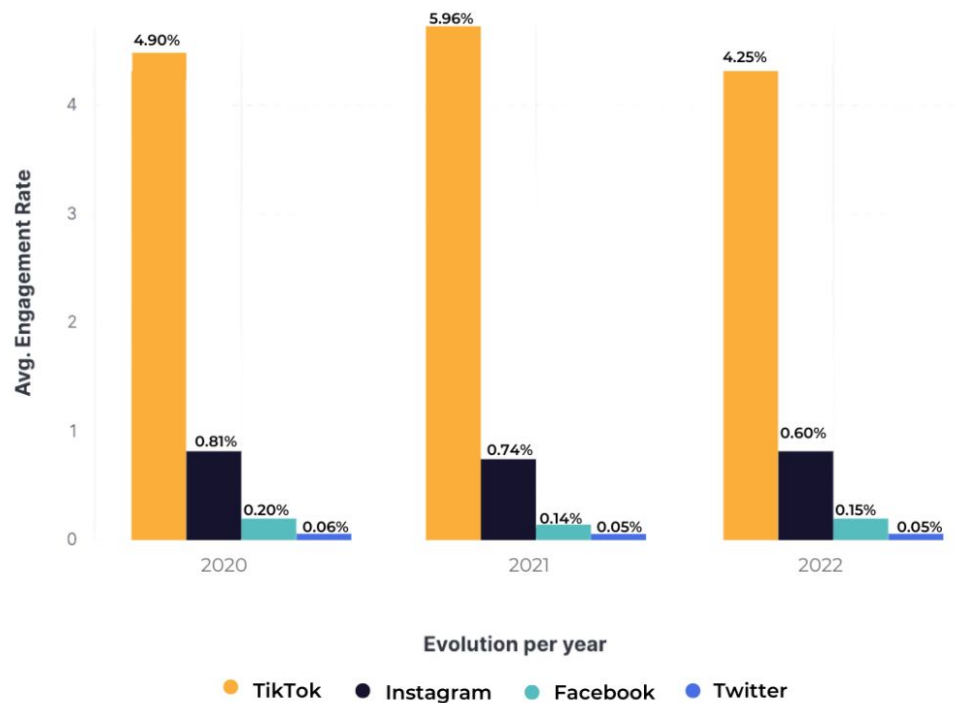


TIKTOK È IL TERZO SOCIAL NETWORK IN ITALIA, QUELLO CRESCIUTO MAGGIORMENTE



57

UN SOCIAL NETWORK ANCORA GIOVANE



TikTok è un social ancora giovane, quindi consente una visibilità organica (per ora) ancora molto alta e presenta un potenziale di interazione molto maggiore rispetto ai social più affermati.

Source: Socialinsider data
Data range: January 2020 - December 2022

socialinsider

Eccellenze
in Digitale
UNIONCAMERE
con il supporto di
Google.org

pi
punto
impresa
digitale



CAMERA DI COMMERCIO
MONTE ROSA LAGHI
ALTO PIEMONTE

LE NOVITÀ DI TIKTOK: MAGGIORE PERSONALIZZAZIONE

L'algoritmo di TikTok cercherà sempre di più di mostrarci contenuti sulla base delle nostre preferenze.



LE NOVITÀ DI TIKTOK: SPAZIO A POSITIVITÀ E SPENSIERATEZZA

L'algoritmo premierà in visibilità quei contenuti in grado di dare positività e divertire/rilassare gli utenti (un modo per disincentivare le challenge "pericolose"?)



LE NOVITÀ DI TIKTOK: MAGGIOR SENSO DI COMMUNITY

TikTok cercherà di incentivare la costruzione di community (possibilità di creazione di nicchie, es. Gruppi di Facebook).



GLI “STRUMENTI” DI TIKTOK: IL BUSINESS ACCOUNT

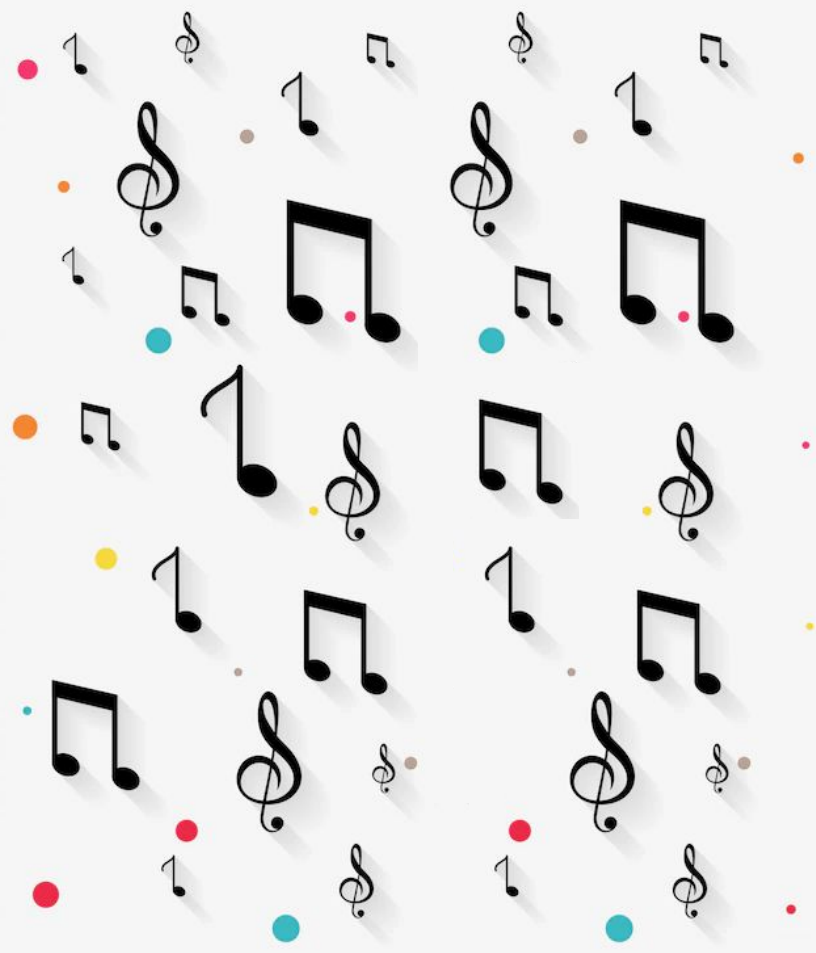


- ❖ Info aziendali
- ❖ Dati statistici (andamento dei follower, prestazioni dei contenuti, etc.).
- ❖ Collegamento diretto con altri social.

RETTIFICA:

Su TikTok è disponibile la funzione per programmare i post.

GLI "STRUMENTI" DI TIKTOK: LA COMMERCIAL MUSIC LIBRARY

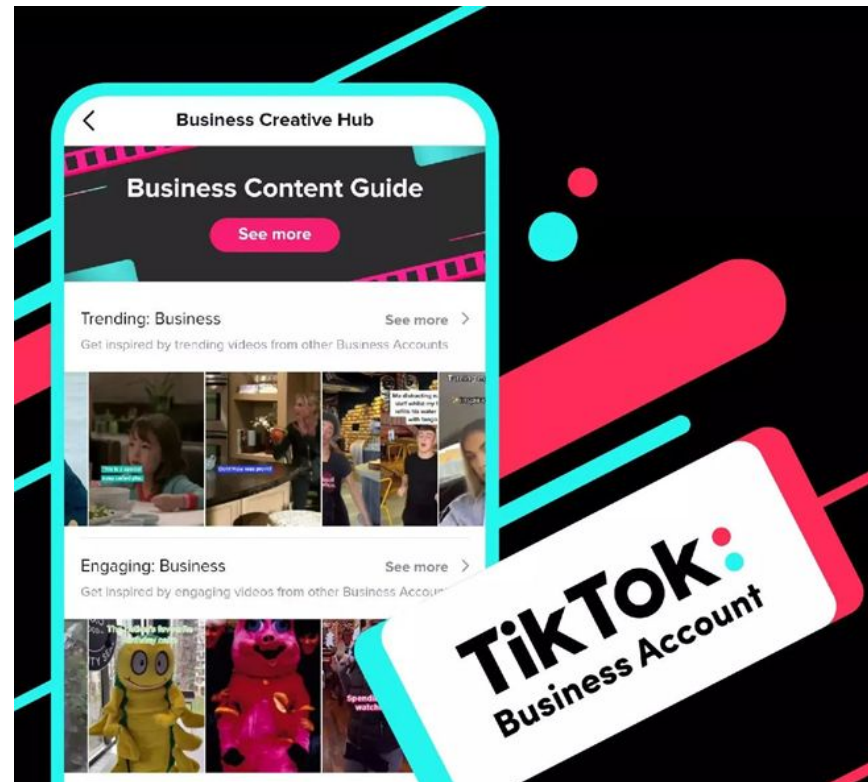


Un database di oltre 500mila tracce audio autorizzate e libere da royalty (di artisti emergenti ed etichette discografiche di alto livello, appartenenti a generi e stili diversi) ed effetti audio provenienti da tutto il mondo, che i brand possono usare nella piattaforma per scopi commerciali.

GLI "STRUMENTI" DI TIKTOK: LA WEB BUSINESS SUITE

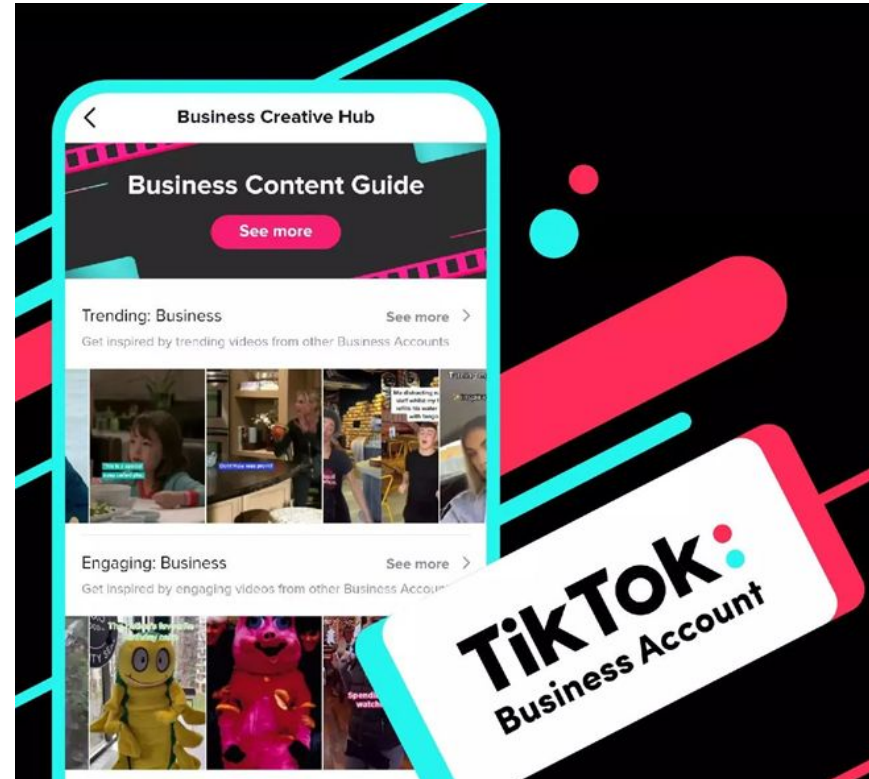
Business Creative Hub è una risorsa in-app disponibile gratuitamente per tutti gli utenti di TikTok Business Account, per scoprire cosa è di tendenza e in che modo il proprio marchio può salire a bordo. Si trova nella sezione "Business suite" del menu "Impostazioni e privacy" sull'app TikTok.

Comprende due tipologie di risorse.



GLI "STRUMENTI" DI TIKTOK: LA BUSINESS CONTENT GUIDE

Ha lo scopo di ispirare, con suggerimenti sulla strategia dei contenuti, l'ideazione della trama e le riprese video, ma ci sono anche consigli pratici per ottenere il massimo dal tuo account aziendale: dall'impostazione del profilo, agli orari migliori per postare, alla moderazione dei contenuti e al traffico. La guida ai contenuti mostra anche storie di successo, esempi di best practices di marchi con account aziendali di successo.



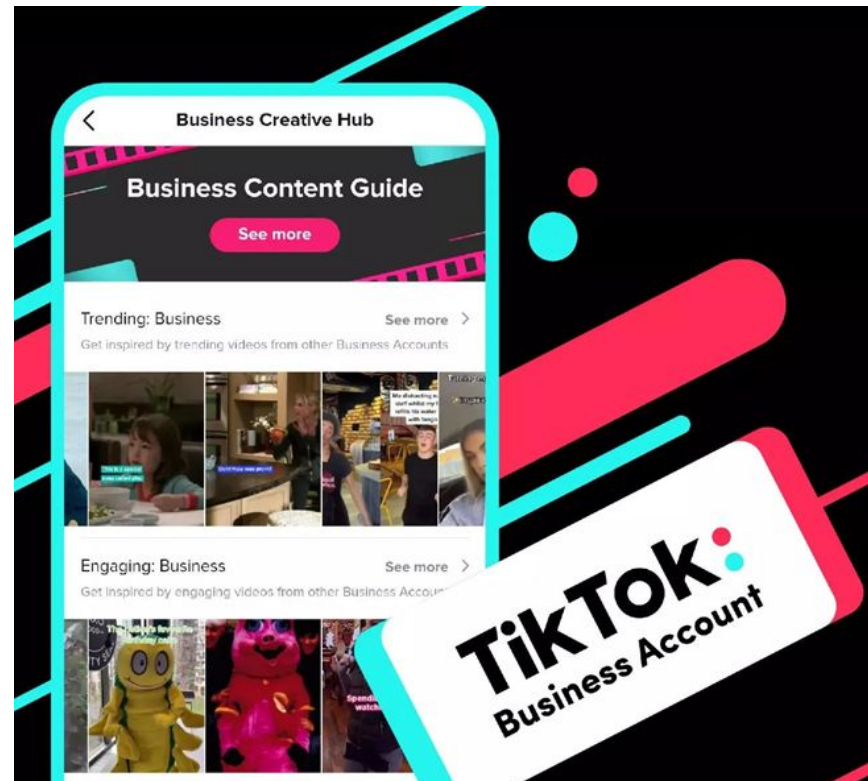
GLI “STRUMENTI” DI TIKTOK: LA VIDEO SHOWCASE

Presenta tre feed con contenuti di tendenza popolari nel nostro Paese negli ultimi 30 giorni:

 Primo feed - Trending Business: mostra video di altri account Business dello stesso Paese, classificati in base al numero totale di like ricevuti.

 Secondo feed - Engaging Business: mostra una selezione simile di contenuti popolari degli account aziendali, ma classificati in base al livello di coinvolgimento, misurato dal rapporto tra commenti e visualizzazioni del video.

 Terzo feed Trending Community: mostra i video di tutti i tipi di account, classificati in base al numero totale di like ricevuti.



BEST PRACTICES

-  Teniamo conto della tipologia di utenti che lo popolano.
-  Creiamo contenuti divertenti e formativi.
-  Creiamo video di qualità (non necessariamente professionali).
-  Se creiamo un buon contenuto su TikTok, possiamo valutare di condividerlo su altri social.



CONCLUSIONI



SUGGERIMENTI FINALI

Compresi limiti e potenzialità dei social, occorre delineare una strategia:



Definire obiettivi specifici, ad esempio:

- Far conoscere la mia nuova attività
- Far conoscere la mia attività sui mercati esteri
- Mantenere la relazione con i clienti già acquisiti



Definire le caratteristiche dei miei clienti, ad esempio,

- Età
- Caratteristiche socio-demografiche
- Interessi e passioni



Definire le nostre possibilità, ad esempio:

- Tempo
- Budget



Definire un piano editoriale, decidendo, ad esempio:

- Tono di voce
- Tipologia di contenuti pubblicati
- Cadenza di pubblicazione
- Strumenti per effettuarlo (come Trello, Asana o un qualsiasi quaderno)



Presidiare i canali aperti



Come creare contenuti per Social e Sito

→ PARTECIPA al web07 EID > I come fare di EID: CANVA ←

VIAGGIO nel DIGITALE

scopri i segreti del marketing!

GRAZIE!

www.pno.camcom.it/digitale/pid/eccellenze-digitale
pid@pno.camcom.it

24/05 ore 14/15 * 1 come fare di EID: Canva

