



Social Media per candidati: istruzioni per l'uso.

I SOCIAL

1. DATI GENERALI

2. COME USARLI

3. DECLINARE SUI SOCIAL

IL DIGITAL IN ITALIA nel 2022

popolazione totale



60,32 milioni

urbanizzazione
71,7%

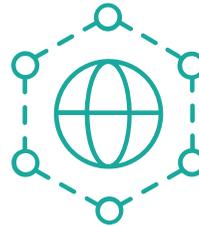
contratti mobile



78,22 milioni

vs popolazione
129,7%

utenti internet



50,85 milioni

penetrazione
84,3%

utenti attivi sui social



35 milioni

penetrazione
59%

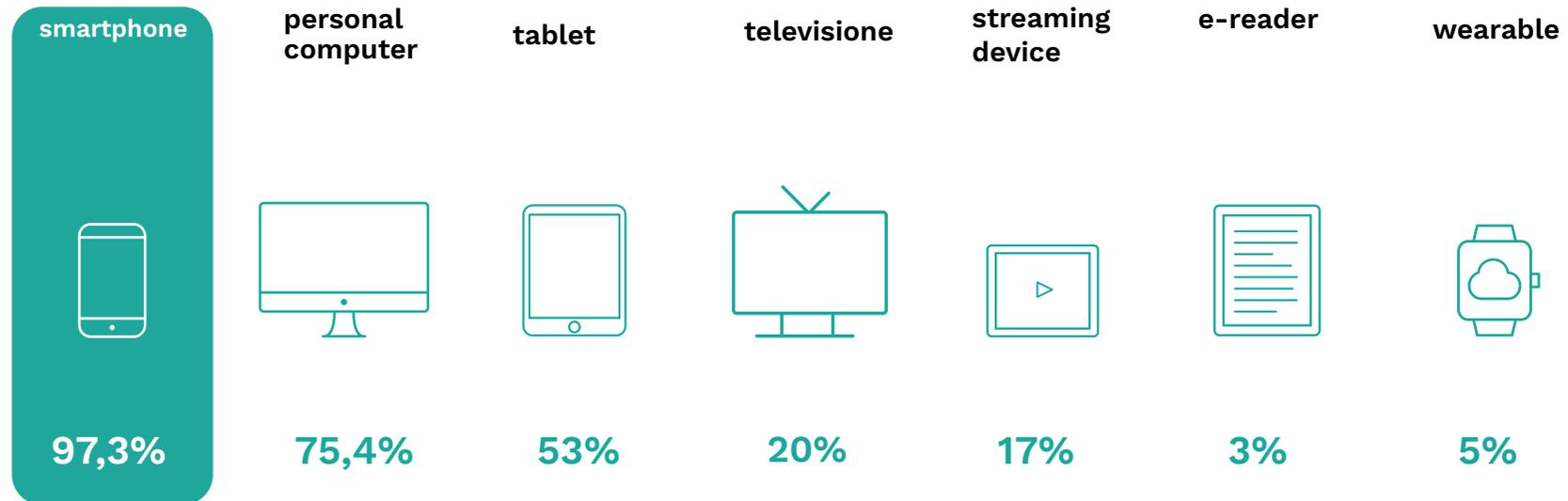
attivi sui social da mobile



43,20 milioni

penetrazione
71,6%

DISPOSITIVI UTILIZZATI



TEMPO SPESO SUI MEDIA

su internet
(ogni device)



**6 ore
9 minuti**

media giornaliera

social media
(ogni device)



**1 ore
47 minuti**

media giornaliera

televisione
(anche on demand)



**3 ore
12 minuti**

media giornaliera

musica
in streaming



**1 ore
05 minuti**

media giornaliera

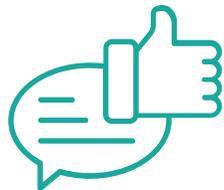
COMPORAMENTO SUI SOCIAL

ha utilizzato un social media o app di messaggistica



84,9%

ha scritto o interagito su un social media



71,6%

media giornaliero di tempo speso



1h 47m

numero medio di social usati per persona



6

usa i social media per scopi lavorativi



20%

AUDIENZE PUBBLICITARIE

facebook



audience mensile
31 milioni

femmine maschi
48% 52%

trend trimestrale:
0%

instagram



audience mensile
19 milioni

femmine maschi
51% 49%

trend trimestrale:
0%

twitter



audience mensile
2.35 milioni

femmine maschi
32% 68%

trend trimestrale:
-18%

snapchat



audience mensile
2.5 milioni

femmine maschi
73% 25%

trend trimestrale:
-26%

linkedin

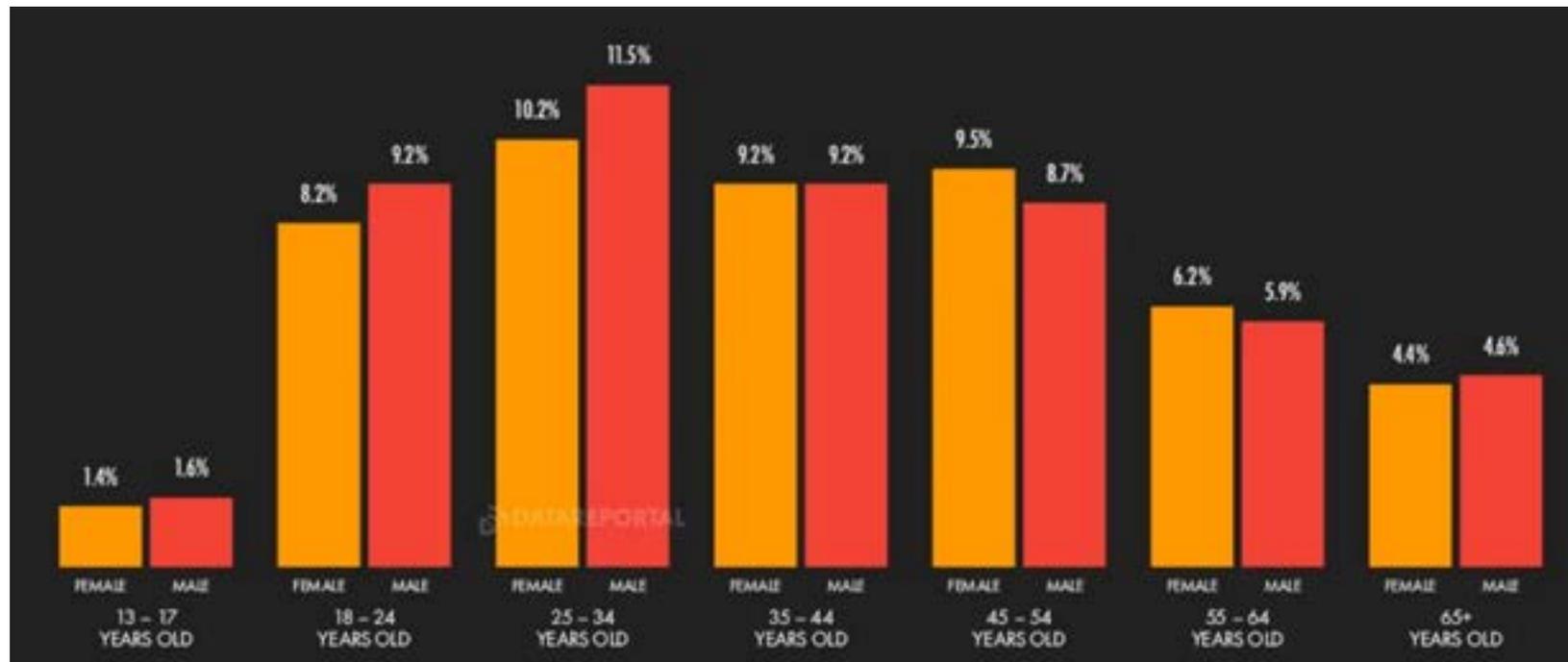


audience mensile
12 milioni

femmine maschi
47% 53%

trend trimestrale:
0%

PROFILO AUDIENZE PER ETÀ



FACEBOOK - ENGAGEMENT

per tutti



3,10%

per video



5,95%

MIGLIOR
SCELTA

per foto



4,39%

per post-link



2,44%

per post sta-



0,09%

FACEBOOK - PAGINA CANDIDATO

- Dare risalto al **brand personale** del candidato tralasciando gli aspetti “partitici”
- Creare una **comunità di persone** che si riconoscono in pochi obiettivi chiari

**Definire noi stessi
prima che ci
definiscano gli
altri.**

MA ANCHE

**Definire gli altri
prima che gli altri
definiscano noi.**

FACEBOOK - GESTIONE

- Prediligere il **lavoro in remoto** per poter essere sempre in tempo sull'attualità
- Chi gestisce la pagina col candidato deve avere un **vincolo di fiducia** e riservatezza
- Costante “ricerca” di **elementi innovativi**

FACEBOOK - ASPETTI FORMALI

■ FORMULA MRT

Media > Rete > Territorio

■ CURA FORMALE

omogeneità dello stile, credibilità, disintermediazione

■ PRESENZA

interazione, community building, sperimentazione

PRIMA



**GIOVEDÌ 7
MARZO**

ORE 21.30
@TELENOVA

**MARCO
MERINI**

CANDIDATO SINDACO MASATE

Masate *si fa* viva!

DURANTE



Marco Merini @marcomerini - 30 minuti fa

#Merini: Masate non ne può più della destra. Basta con l'irresponsabilità di chi ci ha governato!
#MasateSiFaViva #Telenova



Marco Merini @marcomerini - 30 minuti fa

#Merini: I cittadini masatesi vogliono chiarezza e lavoro.
#MasateSiFaViva #Telenova

DOPO

- **CONDIVIDI VIDEO**
Durata consigliata di 40s, contenenti SOLO affermazioni.
- **FESTEGGIA**
Ringrazia i fan per aver seguito la diretta/trasmisione.
- **INTERAGISCI**
Valorizza i contributi dei fan nella tua narrazione.

CURA FORMALE

- **INCAPACI CON LA GRAFICA?**
Non strafare, meglio una bella foto con un testo breve. Sempre in evidenza il claim/logo di campagna.
- **LE DIMENSIONI CONTANO**
(Ogni social ha dimensioni da rispettare affinché il post sia visualizzato correttamente)
- **COERENZA DI STILE**
Evitare sigle o firme “staff” meglio usare la terza persona e la prima se è scritto dal candidato

INCAPACI CON LA GRAFICA?

MASATE DEVE
CAMBIARE!



MASATE DEVE



PAINTE E CANVA SONO VOSTRI
AMICI, L'IMPORTANTE È IL
MESSAGGIO!

CURA FORMALE

- **ORTOGRAFIA / SINTASSI / PUNTEGGIATURA**
- **LETTURA DIGITALE / EFFETTO SCROLLING**
- **NO PAGINA “RACCOLTA” DI CONTENUTI TERZI**
- **STILE OMOGENEO MA NON UNIFORME**

CURARE L'INTERAZIONE

- **CALL TO ACTION - SONDAGGI VELOCI**
- **RISPOSTE DIRETTE**
- **TEMI DELLA VITA COMUNE **LEGGERI** E NON**
- **AUTOIRONIA E MEME**

CONTAMINAZIONE

- **SCONFINARE IN AMBITI EXTRA-POLITICA**
- **COMUNICARE I PROPRI VALORI IN AMBITI NUOVI**
- **STARE CON CHI FA SATIRA - REAZIONE POSITIVA**

LA REGOLA DELLA F

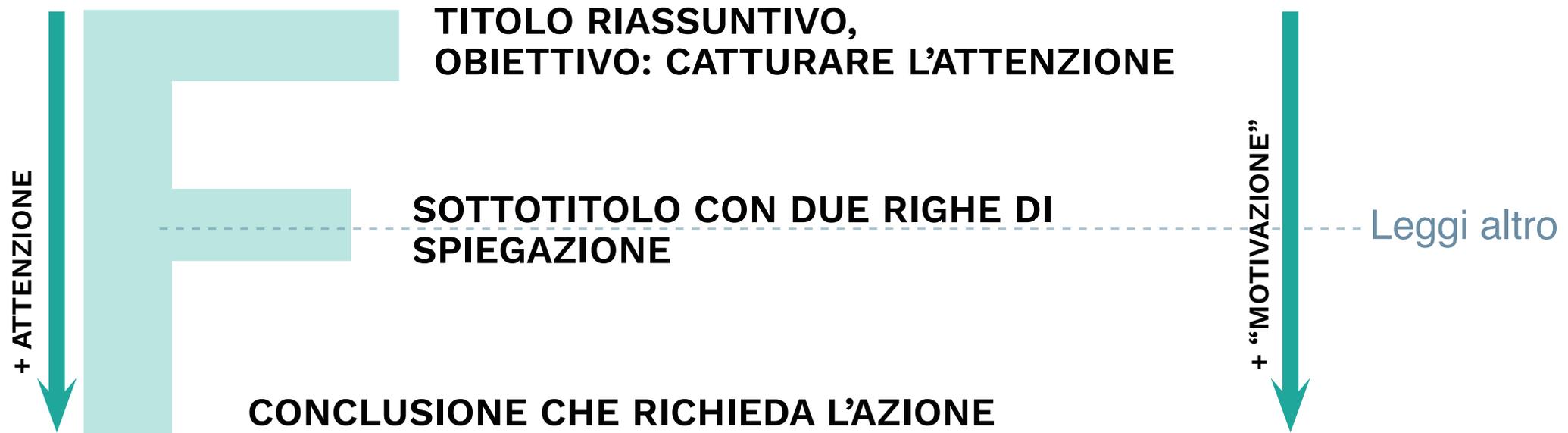


INTERESSE ALTO

INTERESSE MEDIO

INTERESSE BASSO

LA REGOLA DELLA F



LA REGOLA DELLA F

NO



Marco Merini

18 Febbraio alle ore 22.30

Oggi in Conferenza Metropolitana è stata presentata e votata a maggioranza una mozione che impegna il Sindaco della Città Metropolitana e il rappresentante di Città Metropolitana nell'Assemblea dell'Agenzia Trasporto Pubblico Locale ad attuare il Sistema Tariffario Integrato di Bacino. Purtroppo per un impegno dell'ultimo minuto non ho potuto partecipare alla votazione ma condivido con i firmatari la necessità di procedere su questa strada, non dimenticandosi di tutelare economicamente i cittadini dell'hinterland che quotidianamente si muovono verso Milano.

OK!



Marco Merini

18 Febbraio alle ore 22.30

● LA CITTÀ METROPOLITANA VUOLE IL BIGLIETTO UNICO INTEGRATO!

Da candidato sindaco di questa fantastica città mi impegnerò per garantire il biglietto più conveniente per tutti i cittadini.

Il Sistema Tariffario Integrato di Bacino, che condivido pienamente insieme ai firmatari, porterà più risparmio a tutti i cittadini masatesi e a tutti coloro che si muovono verso Milano. Voi che ne pensate?

👉 #MasateSiFaNuova #MeriniSindaco

DO & DON'TS NELLA SCRITTURA DEI POST

- **CERCARE L'INTERAZIONE CON I FOLLOWERS**
- **ALTERNARE TIPOLOGIE DI CONTENUTI**
- **RICONDIVIDERE VIDEO GIÀ PUBBLICATI**
- **PARLARE SEMPRE IN PRIMA PERSONA**
- **NON COPIAINCOLLARE I TESTI DA ALTRE FONTI**
- **NON PUBBLICARE SOLO TESTI/LINK**
- **NON PUBBLICARE VIDEO >3:30 O <0:45**
- **NON UTILIZZARE SIGLE "STAFF" E SIMILI**

PRIMA DI PUBBLICARE...

- ...TAGGA I **LUOGHI**, SE NECESSARIO
- ...TAGGA LE **PERSONE** CON CUI INTERAGISCI
- ...CONTROLLA CHE IL POST SIA **LEGGIBILE** E CHE TRASMETTA UN CONCETTO CHIARO
- ...AVVISA I TUOI **SUPPORTER** DELL'IMMINENTE PUBBLICAZIONE DEL POST

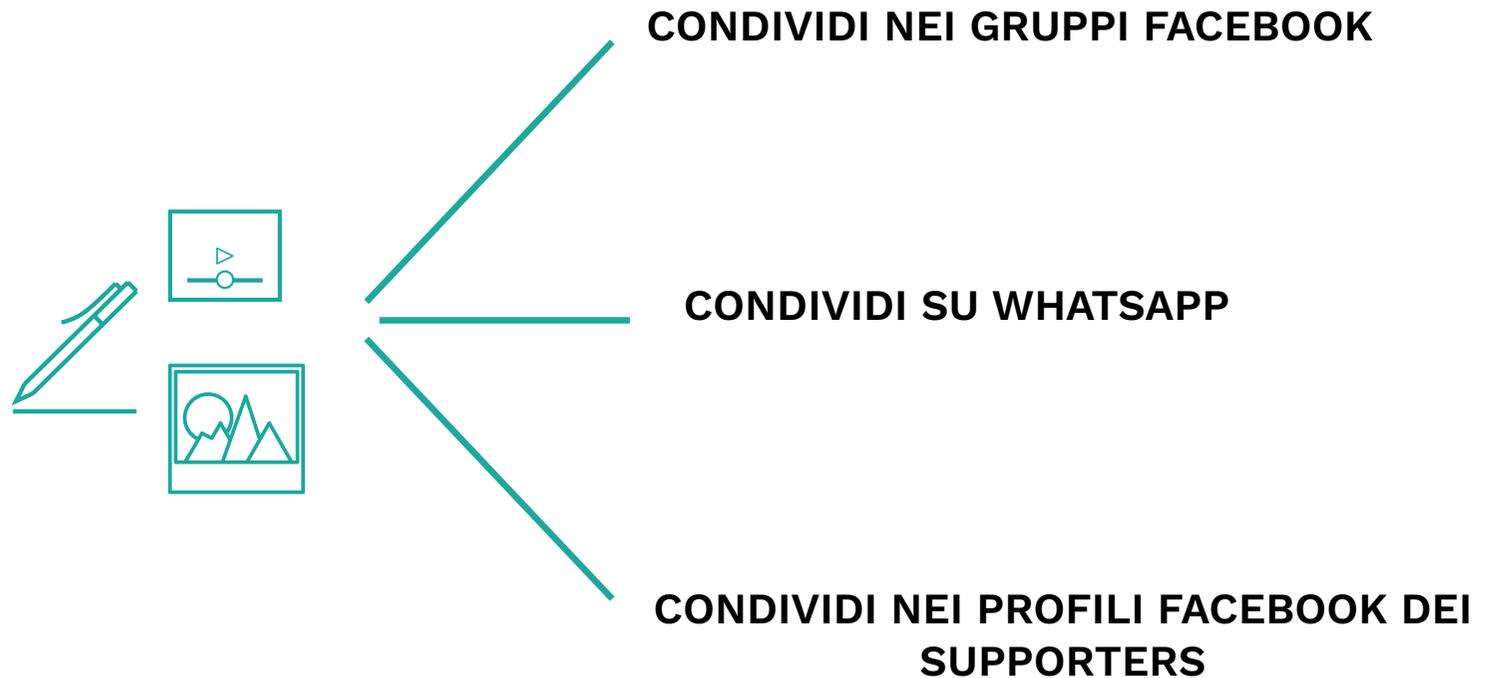
RICORDATEVI DELLE COMMUNITIES!



ATTRAVERSO LE COMMUNITIES DI FACEBOOK POSSIAMO RIVOLGERCI DIRETTAMENTE AI CITTADINI DEL NOSTRO PAESE/CITTÀ.

MONITORIAMO LE ATTIVITÀ DEGLI UTENTI PIÙ INFLUENTI E INTERAGIAMO CON I POST DI SUCCESSO PER OTTENERE VISIBILITÀ.

E DOPO AVER PUBBLICATO...



ALCUNE DRITTE PER WHATSAPP

- I MESSAGGI “**BROADCAST**” VENGONO RICEVUTI SOLO SE IL DESTINATARIO HA IL TUO NUMERO IN RUBRICA.
- PRIVILEGIA L'INTERAZIONE “**AD PERSONAM**”.
- CREA CONTENUTI **CONDIVISIBILI** DA FAR INOLTARE.
- CREA **GRUPPI** DI SOSTENITORI IN CUI PUBBLICARE REGOLARMENTE E STIMOLARE IL DIBATTITO INCLUSIVO.

ALCUNE DRITTE PER INSTAGRAM



marcomerinisindaco - Segui



Piace a 144 persone

marcomerinisindaco Masate cambia! Scegli di cambiare anche tu ...altro

Visualizza tutti e 30 i commenti

2 ore fa

Piace a 144 persone

marcomerinisindaco Masate cambia! Scegli di cambiare anche tu, il 26 Maggio sulla scheda barra il nome di 🗳️ MARCO MERINI per una Masate più bella.

👉 Tagga i tuoi amici per aiutarci a spargere la voce!

#masate #masatecambia #elezionimasate #marcomerinisindaco #partitodemocratico #legamasate #m5smasate

#hashtag1 #hashtag2 #hashtag3 #hashtag4 #hashtag5

@partitodemocraticomasate @utente1 @utente2 @utente3

Visualizza tutti e 30 i commenti

2 ore fa

HASHTAG, INTERAZIONI ESTERNE, CONTAMINAZIONE

- UTILIZZA ANCHE **HASHTAG** UTILIZZATI DALL'AVVERSARIO O CHE RIMANDINO A QUEST'ULTIMO.
- HASHTAG CON AL MASSIMO **30K** CONTENUTI.
- **TAGGA** SEMPRE I TUOI SOSTENITORI E OPPOSITORI.
- **INTERAGISCI** CON CHI INTERAGISCE E/O VORRESTI CHE INTERAGISSE.

SPONSORIZZARE CORRETTAMENTE (IG+FB)

- **MEGLIO TANTE PICCOLE SPONSORIZZAZIONI CHE UNA GROSSA.**
- **SFRUTTA IL PUBBLICO PERSONALIZZATO.**
- **CHIEDI AI TUOI SUPPORTERS DI INTERAGIRE.**
- **SPONSORIZZA VIDEO/IMMAGINI CHE HANNO GIÀ OTTENUTO INTERAZIONI.**

IN CONCLUSIONE...

- **NON UTILIZZARE I SOCIAL “GIUSTO PER”, STUDIA UNA STRATEGIA E RAGGIUNGI GLI OBIETTIVI.**
- **ESCI DALLA BOLLA, CONTAMINA LE CAMPAGNE.**
- **CERCA L’INTERAZIONE DI CHI LA PENSA COME TE.**
- **PUBBLICA COSTANTEMENTE CONTENUTI COERENTI E DI SENSO.**

IN CONCLUSIONE...

- CREA UNA TUA IDENTITÀ, DEFINISCI I TUOI VALORI E CERCA DI INCLUDERLI IN OGNI POST.
- DISINTERMEDIA
- PERMETTITI DI USCIRE DAL RECINTO DELLA POLITICA.
- ADATTA LA TUA STRATEGIA NEL CORSO DEL TEMPO.