

PROMEMORIA SOCIAL MEDIA

Nota: Questo opuscolo ha lo scopo di integrare il contenuto corrispondente del fascicolo «Pubbliche relazioni nello scoutismo». Si raccomanda di studiare anche il capitolo corrispondente del fascicolo.

La piattaforma giusta

- La scelta di diverse piattaforme è quasi illimitata. Ciò rende ancora più importante scegliere consapevolmente una o più piattaforme, che poi si mantengono seriamente. Non ha senso essere connessi a innumerevoli piattaforme diverse se non sei mai attivo lì.
- Le informazioni riportate di seguito hanno lo scopo di mostrarti le diverse caratteristiche delle piattaforme e i loro gruppi target.

Contenuti sponsorizzati

- Nella maggior parte delle piattaforme, hai la possibilità di fare pubblicità. Quindi paghi un importo definito in modo che il tuo post sia visibile anche alle persone che non seguono la tua pagina. Sebbene i contributi corrispondenti siano contrassegnati come pubblicità, spesso non sono così chiaramente «pubblicitari» come la pubblicità classica.
- Il vantaggio di queste opzioni è che puoi raggiungere un determinato gruppo target in modo relativamente economico. Puoi controllare come viene utilizzato il denaro investito meglio rispetto alle classiche campagne pubblicitarie come una pubblicità su un giornale. A seconda delle piattaforme, i meccanismi per i contributi versati funzionano in modo leggermente diverso, ma sono sostanzialmente simili.
- Scopri online le diverse forme e i costi. Su Internet troverai varie istruzioni e tutorial dettagliati che possono aiutarti.
- Anche se può essere allettante fare pubblicità sui social media, è opportuno valutare attentamente se abbia senso per la tua organizzazione. Vuoi raggiungere destinatari esterni sostenendo una spesa? I contributi che potrebbero essere adatti per una pubblicità sono, ad esempio, eventi promozionali o di altro tipo, ovvero quelli che intenzionalmente si rivolgono a persone che non sono scout. In tali occasioni puoi definire consapevolmente il tuo target di riferimento! Quindi pensa a quali gruppi di persone vuoi rivolgerti in modo specifico.
- Attenzione: definisci un budget per la tua pubblicità online e discutine con le persone responsabili. Di norma, hai l'opportunità di specificare questo budget sulla piattaforma, in modo da mantenere il controllo dei costi.

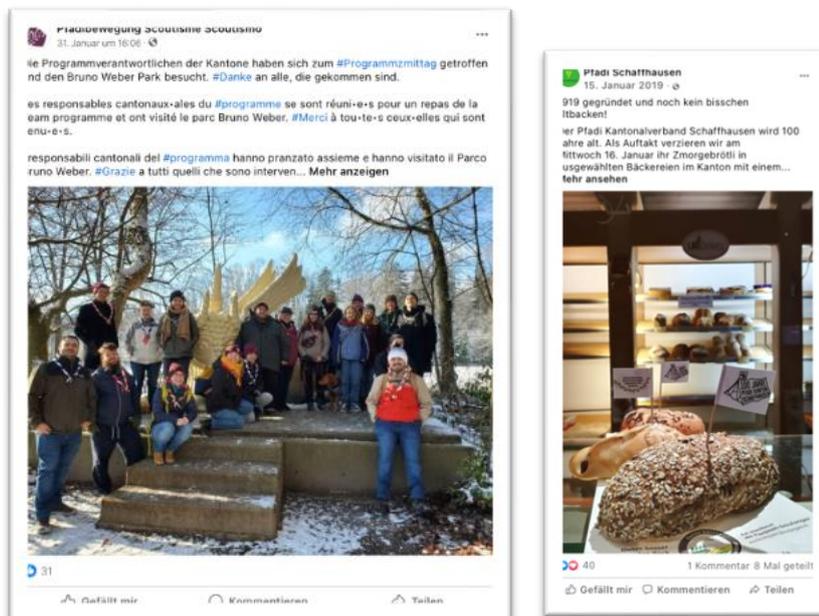


Facebook

Tutti gli utenti su Facebook hanno il proprio profilo che usano per interagire con altre persone o organizzazioni sotto il loro nome. Possono essere condivisi foto, messaggi di stato, eventi della vita o video. Questi post sono pubblicati sulla timeline e lì possono anche essere apprezzati, condivisi o commentati. La rilevanza di Facebook e quindi la visibilità dei post è diminuita notevolmente negli ultimi anni.

- I gruppi target per gli scout su Facebook sono principalmente genitori, animatori e partecipanti più anziani (pionieri).
- Facebook è particolarmente adatto per i post che contengono testo e foto allo stesso tempo. I contributi puramente testuali dovrebbero essere evitati, in quanto oltre un certo limite di caratteri non appaiono completamente.
- Gli hashtag sono usati solo sporadicamente su Facebook.
- I contributi pertinenti di organizzazioni superiori o subordinate (ad es. MSS, associazione cantonale, ecc.) possono essere condivisi al fine di aumentare l'attenzione sul contributo iniziale.
- Le persone raggiunte e le interazioni con il tuo post possono essere analizzate.

Ecco come potrebbe apparire un possibile post su Facebook:

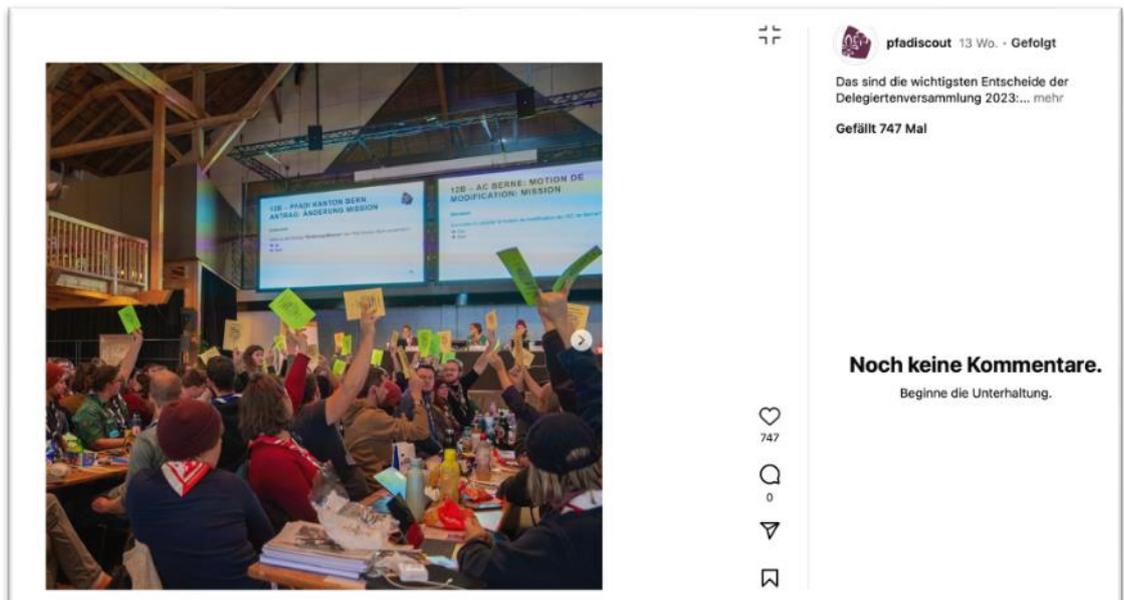


Su Instagram

Anche su Instagram, gli utenti e le organizzazioni appaiono sotto il proprio profilo. Il focus di Instagram è la condivisione di foto, video e storie (post temporanei di eventi attuali che scompaiono dopo 24 ore). I testi sono piuttosto secondari su Instagram. Instagram viene consumato principalmente sullo smartphone.

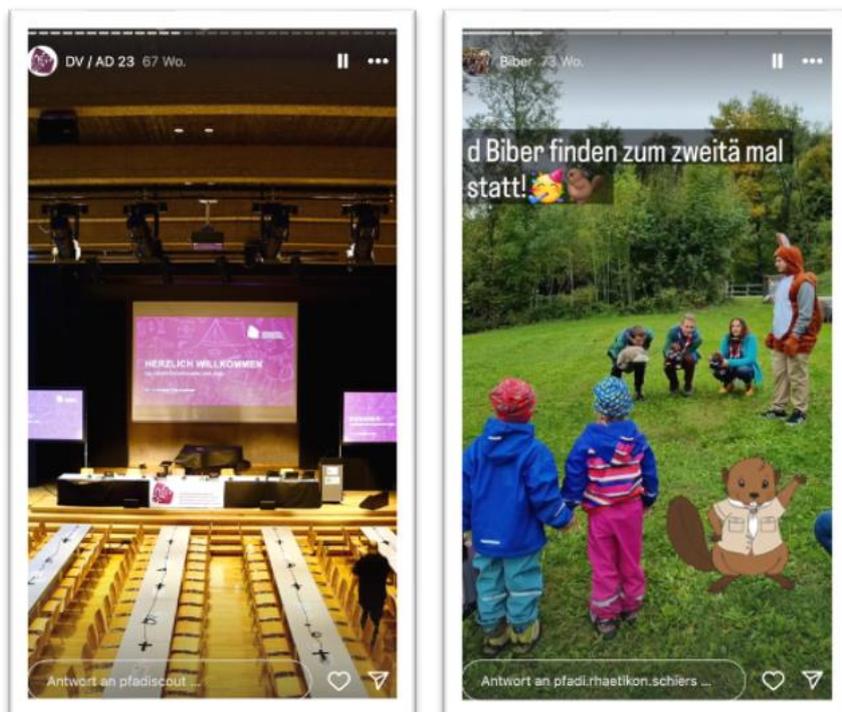
- Il gruppo target è principalmente tra i partecipanti più anziani (pionieri) e gli animatori che fanno rete oltre i confini cantonali.
- Instagram è molto adatto per creare emozioni attraverso grandi immagini, ad es. risvegliare i ricordi di quando si era attivi negli scout. Un'immagine dovrebbe quindi essere significativa per quanto possibile.
- Gli hashtag sono molto comuni su Instagram e dovrebbero essere usati. La descrizione dell'immagine deve essere breve e concisa.
- Su Instagram è possibile utilizzare anche le storie. Scompaiono dal profilo dopo 24 ore, ma possono essere salvate in modo che rimangano accessibili ancora più a lungo. Le storie sono, per es., meravigliose per un Live-ticker dal campo estivo.

Ecco come potrebbe apparire un possibile post:



Ecco come potrebbe essere una possibile storia:





Tiktok

Tiktok si rivolge a un pubblico più giovane ed è una piattaforma relativamente nuova che esiste dal 2018. L'attenzione si concentra su brevi video di cui è possibile eseguire il backup con la musica. Tiktok è spesso indicato come «Instagram per i video». Tiktok non è ancora molto comune nei gruppi scout o è utilizzato principalmente da privati. Tuttavia, l'hashtag #scout può essere trovato anche su Tiktok.

Se produci regolarmente brevi video che attirano l'interesse, Tiktok potrebbe essere un canale adatto. Altrimenti, l'attenzione dovrebbe probabilmente essere rivolta su altre piattaforme, in cui puoi anche interagire con i tuoi gruppi target corrispondenti.

X (ex Twitter)

Gli utenti di X possono pubblicare messaggi brevi, limitati a 280 caratteri. Gli scout non sono affatto rappresentati su X a livello nazionale e solo con molta parsimonia, poiché la piattaforma non è molto rilevante per il gruppo target degli scout e X ha perso importanza negli ultimi anni ed è anche controverso in alcuni casi.



LinkedIn

LinkedIn è un social media in cui puoi connetterti alla tua rete professionale. I post possono essere condivisi, ma gli utenti sono principalmente per creare una rete e non per l'interazione sulla piattaforma. Lo scoutismo è rappresentato da un account nazionale del MSS e da alcune associazioni cantonali. a questa piattaforma può essere attribuita solo un'importanza minore nello scoutismo di tutti i giorni. Tuttavia, la presenza delle organizzazioni scout su LinkedIn è molto utile per la promozione privata del volontariato.

