

## PIANO FORMATIVO NAZIONALE DEL PERSONALE DELL'ISTITUTO NAZIONALE DI FISICA NUCLEARE

### ***"SOCIAL MEDIA"***

**Obiettivi:**

Conoscere i principali strumenti social e imparare l'utilizzo nell'ambito della comunicazione istituzionale INFN.

**Target:**

Ricercatori e Tecnologi e personale coinvolto in attività di comunicazione per l'INFN

**Metodologia didattica:**

Il corso prevede lezioni frontali e un'esercitazione pratica con feedback dell'attività e discussione.

**Date:**

21 novembre 2018

**N° partecipanti:**

20 unità

**Responsabile:**

Eleonora Cossi – Ufficio Comunicazione

Tel. 06 68400364

[Eleonora.cossi@presid.infn.it](mailto:Eleonora.cossi@presid.infn.it)

**Segreteria organizzativa:**

Alessia Capitani

Tel. 06 6840031

[Alessia.capitani@presid.infn.it](mailto:Alessia.capitani@presid.infn.it)

**Docenti:**

B. Sgarzi – Giornalista professionista

**Organizzazione logistica:**

**Sede corso**

Presidenza INFN

Piazza dei Caprettari 70

Sala del Consiglio Direttivo

[Come raggiungere la sede](#)

**NON E' PREVISTO LO STREAMING DEL CORSO**

## PROGRAMMA

### Mattina – 10-13

- Breve giro di tavolo + Panorama Social Media – (10-11:30)
1. I social media oggi: dati e tendenze, fra penetrazione reale e visibilità mediatica
  2. Elementi della nuova comunicazione online: trasparenza, interazione, apertura
  3. Non è tecnologia, è un nuovo modo di parlare a un'audience. Presenza, target, strategia
- Analisi puntuale degli account esistenti: contenuti, tono di voce, interazione - (11:30-13)
1. Facebook: @IstitutoFisicaNucleare
  2. Instagram: @inf\_n\_insights,
  3. Twitter: @INFN\_

### Pomeriggio 14-18

- Costruire la comunicazione partendo dagli strumenti. Focus su Facebook, Twitter e Instagram - (14-15)
1. Twitter: le liste, la ricerca avanzata, Tweetdeck
  2. Facebook: come impostare una presenza aziendale efficace. Profili, pagine, gruppi: differenze e opportunità. Il newsfeed: capire il filtro di Facebook e aumentare la visibilità dei post: gli smart content.
  3. Le immagini: focus su Instagram Dallo strumento alla strategia
  4. Scegliere la piattaforma social più adatta ai nostri obiettivi
- I social e la comunicazione istituzionale – (15-17)
1. Il piano editoriale: pianificazione e pubblicazione dei post
  2. Come parlo alla mia audience? Cosa tollero sulle mie pagine? Come modero i commenti?
  3. I social e la comunicazione di crisi; prevenire è meglio che curare (cenni ai casi Strumia e Le Iene)
  4. Il monitoraggio dei risultati
  5. Il contenuto come *work in progress* da modificare, arricchire e correggere, potenzialmente all'infinito
  6. Cenni di Content curation: selezionare e aggregare i contenuti di valore in rete nostri e altrui, costruire una storia
- Esercitazione: dalla notizia al post su Facebook/al tweet/all'immagine su IG – (17-17:30)
  - Q&A a conclusione