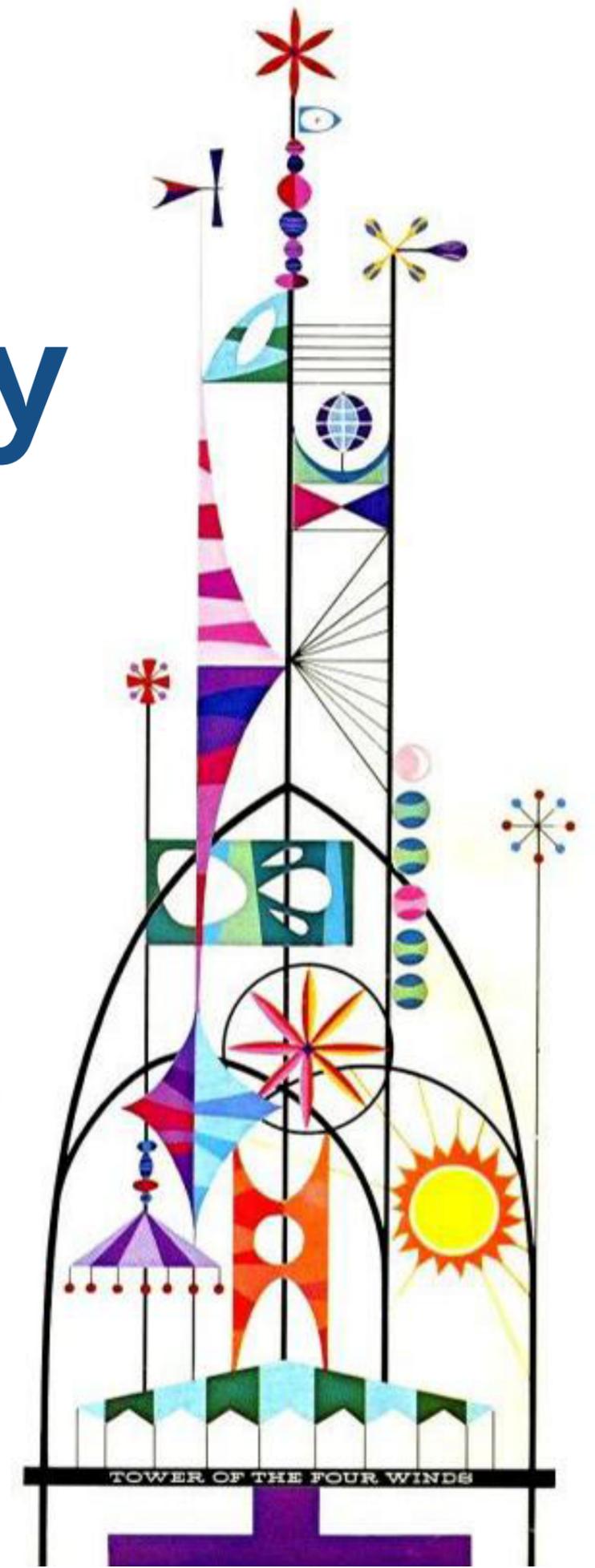


**Come progettare la
social media strategy
di un'istituzione
consolidata.
Ingredienti,
processi e altre cose
utili da sapere.**





Da Gennaio 2014 sono responsabile (insieme a Susanna Legrenzi) del social media team di **Expo Milano 2015**.

Dopo nove mesi di lavoro, abbiamo accumulato un'incredibile quantità di conoscenza (learning by doing). Come gestire i nuovi paradigmi della comunicazione all'interno di un'istituzione tradizionale. Potenzialità, successi, errori.

Una sfida grande, difficile e affascinante. Molte sono le considerazioni da condividere con voi.



**Considerate questa presentazione come un manuale di istruzioni.
Come impostare la comunicazione sui social media di un'istituzione tradizionale.**

Buon divertimento!



Expo Milano 2015 & la comunicazione sui social media

Cos'è un'Expo?





Una fiera del mondo, una fiera mondiale, un'esposizione mondiale, un'esposizione universale (spesso chiamata semplicemente expo) è una **grande esposizione pubblica**. Queste esposizioni hanno temi diversi e si tengono in varie parti del mondo. La prossima esposizione universale sarà **Expo 2015 a Milano, Italia**.

Dall'approvazione nel 1928 della Convention Relating to International Exhibitions, il **Bureau International des Expositions** (BIE; in italiano: Ufficio per le Esposizioni Internazionali) è l'organo gestore delle fiere mondiali. Le esposizioni approvate dal BIE sono di tre tipi: universali, internazionali, e specializzate. Generalmente durano da tre settimane a sei mesi.

(fonte: Wikipedia, October 2014)

Cosa sono i social media?





I social media sono il sistema di interazioni sociali tra persone dove vengono create, condivise e scambiate informazioni ed idee, all'interno di comunità e reti virtuali.

Andreas Kaplan e Michael Haenlein definiscono i social media come *"un'aggregazione di applicazioni basate su internet che crea le fondamenta ideologiche e tecnologiche del cosiddetto Web 2.0 e che abilita la creazione di user-generated content (contenuti generati dagli utenti)."*

Inoltre i social media sono basati su tecnologie web e mobile che creano piattaforme altamente interattive attraverso cui le persone e le comunità condividono, creano, discutono e modificano user-generated content. Introducono trasformazioni sostanziali e pervasive nella comunicazione tra organizzazioni, comunità e individui.

(source: Wikipedia, October 2014)

Indice dei contenuti

Prima di iniziare:

- 🌐 **Principali questioni che è necessario condividere ed approvare con i responsabili**
- 🌐 **Altre questioni da condividere e approvare con i responsabili**
- 🌐 **Approcci generali e premesse necessarie al successo**
- 🌐 **Cose da fare**
- 🌐 **Ingredienti indispensabili**

Ora finalmente possiamo iniziare:

- ✈️ **Cosa fare?**
- ✈️ **Come fare?**



1. Prima di iniziare

Principali questioni che è necessario condividere ed approvare con i responsabili

Chiarire che i social media:

- 🌐 **are sono costosi (in termini di risorse umane, energie, soldi)**
- 🌐 **non sono adatti a raggiungere obiettivi "strutturali" (vendite, biglietti, partecipazione, etc.)**
- 🌐 **richiedono un linguaggio e forme di interazione specifiche**
- 🌐 **spesso comportano conversazioni accese, conflitti e (vari) momenti di confronto**
- 🌐 **richiedono tempo per il raggiungimento di obiettivi significativi (e il tempo non si può comprimere)**



UNIVERSAL EXHIBITION BRUSSELS - 1958

RECEPTION 58





Questioni relative (alla slide precedente):

- 🌐 il rapporto tra il rapporto tra "obiettivi strutturali" e "brand o theme awareness"
- 🌐 il rapporto tra processi **"dall'alto"** e **"dal basso"**
- 🌐 il vivere in una cultura visiva (e le sue conseguenze)

2. Prima di iniziare

Altre questioni da condividere e approvare con i responsabili

- 🌐 **Publicare contenuti su Facebook e Instagram, twittare ed essere attivi su Pinterest o Tumblr è solo una (piccola) parte del lavoro**
- 🌐 **I social media sono molto utili per valutare l'opinione pubblica e l'umore generale**
- 🌐 **I social media sono molto utili per affrontare crisi ed emergenze**



3. Prima di iniziare

Approcci generali e premesse necessarie al successo

- 🌐 Chi è al vertice dell'istituzione deve supportarvi completamente
- 🌐 Chi è al vertice dell'istituzione deve completamente fidarsi di voi (le catene decisionali non possono essere troppo lunghe)
- 🌐 È necessario avere scambi frequenti (quotidiani) con chi è al vertice dell'istituzione
- 🌐 **Poteri speciali.** Ad esempio dovete avere accesso alle informazioni di cui avete bisogno (24/7,365/365)



4. Prima di iniziare

Cose da fare

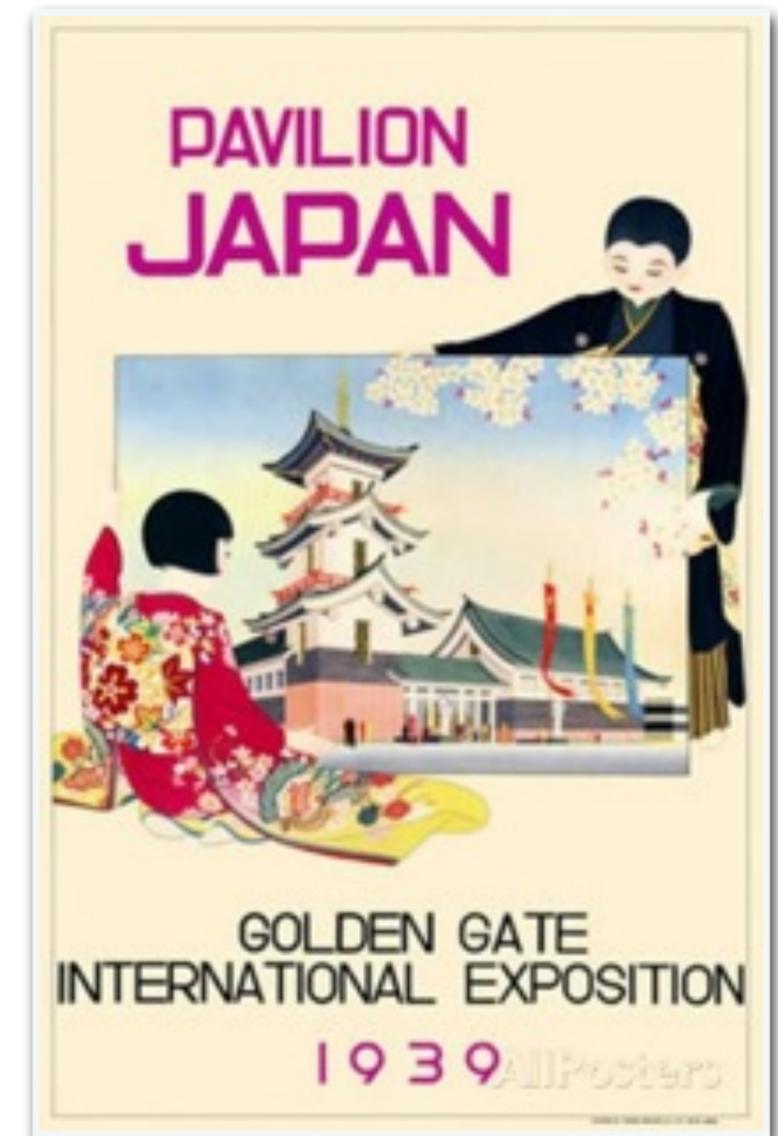
- 🌐 **Benchmark** attività/ projects/ iniziative simili
- 🌐 Definire (in maniera chiara e precisa) i vari **parametri di successo** (cosa sono e cosa non sono)
- 🌐 Definire chiaramente **calendari e budget**



5. Prima di iniziare

Ingredienti necessari

- 🌐 Riunire tutte le competenze necessarie attorno a **un tavolo** (tutto dovrebbe essere fatto internamente e insieme)
- 🌐 Creare una squadra di giuste dimensioni (non troppo piccola, non troppo grande)
- 🌐 **Avere persone (molto) giovani** nel vostro team
- 🌐 Concentrarsi solo sui **social media** (i social media sono uno strumento molto diverso dal web e da qualsiasi altro mezzo di comunicazione)



6. Ora finalmente possiamo iniziare

Cosa fare?

- 🌐 Map Mappate attentamente il **network interno** alla vostra istituzione
- 🌐 Mappate attentamente il **network esterno** alla vostra istituzione (portatori di interesse, etc)
- 🌐 Impostate una serie di progetti per far lavorare bene la vostra squadra
- 🌐 Impostate una serie di progetti per costruire il consenso interno e per spiegare a chi vi sta attorno quello che state facendo
- 🌐 Impostate una serie di progetti per attivare i network esterni



7. Ora finalmente possiamo iniziare

Cosa fare?

- 
Siate il più possibile trasparenti
- 
Condividete (strategie, strumenti, riferimenti) più che potete
- 
Coinvolgete terze parti (comunità, associazioni, altre istituzioni, etc).
 Qui non si tratta di diffondere il vostro messaggio, qui si tratta di permettere a terze parti di diffondere il loro messaggio
- 
Non dimenticate mai gli strumenti di comunicazione tradizionale (workshop, incontri, situazioni di vita reale). Dal momento che i social media sono strumenti digitali, le attività nella vita



Expo Milano 2015, i canali social ufficiali:

Pagina
Facebook



Twitter



Expo Vintage



Pinterest



Expo in viaggio

Workshop
in Expo Gate



Informazioni
generali



**Expo Milano 2015
Social Media Team**

Susanna Legrenzi, Stefano Mirti
Direzione e Strategie

Franz Gorja
Direzione Artistica

Alessandro Mininno
Media Planning e Progetti Speciali

**Roberto Bianchi, Manuela Bonfiglio,
Giuseppe Rubinetti, Giulia Vai**





Thank you for your attention.
To contact:
socialmedia@expo2015.org