



GUIDA RAPIDA ALL'USO DEI SOCIAL MEDIA

Quello che ti serve per far
conoscere i tuoi service



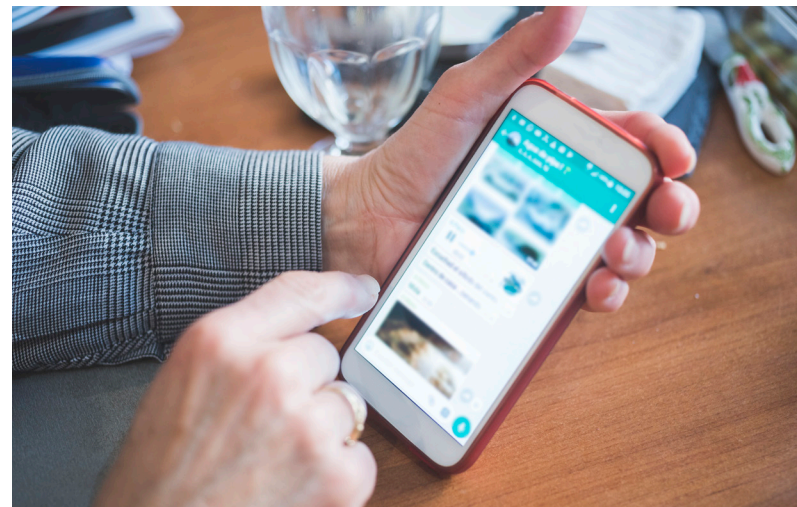
PERCHÈ?

I Lions possono utilizzare i social media per promuovere il proprio club all'interno della comunità. Molte persone spesso si rivolgono a piattaforme come Facebook e Instagram per attingere a informazioni su marchi e organizzazioni. La creazione di un canale social per il tuo club ti consente di avere visibilità su piattaforme utilizzate ogni giorno da miliardi di persone.

Qual è il tuo "perché?"

Definisci gli obiettivi specifici del tuo club relativi all'uso dei social media. Tra gli obiettivi:

- Raggiungere un pubblico più ampio e incrementare il numero dei soci.
- Comunicare, collaborare e pianificare i service con i soci attuali.
- Aumentare la partecipazione alle attività e agli eventi di servizio.
- Entrare in contatto con partner, aziende locali, scuole, comunità.
- Incrementare le donazioni.



CHI?

Potrebbero esserci molti soci del tuo club in grado di impostare e gestire i tuoi account sui social media. Alcune persone che potresti prendere in considerazione:

- Presidente di comitato Marketing e Comunicazione
- Presidente di comitato PR
- Presidente di comitato IT
- Un socio Lions o Leo esperto di tecnologia

Crea una squadra

Crea una squadra per i social media per condividere l'accesso e la responsabilità.

- Concedi a più di una persona l'accesso all'account nel caso in cui la persona incaricata non sia in grado di accedere, pubblicare post, ecc. o si allontani dal club.
- La gestione dei social media richiede sviluppo di contenuti, dimestichezza con l'uso di fotografie / design, conoscenza dei piani di servizio e altro ancora. Questo può risultare in un carico di lavoro eccessivo per un solo volontario.
- Incoraggia tutti i soci a scattare foto durante gli eventi di service.



Individua il tuo pubblico

Identifica e impara a conoscere il tuo pubblico in modo da poter scegliere la piattaforma migliore e concentrarti su contenuti stimolanti e interessanti.

- **Un account pubblico sui social** è il luogo in cui parlerai al pubblico e recluterai nuovi soci.
- **Un account interno sui social** come, ad esempio, un gruppo Facebook o WhatsApp, è privato ed è indicato per le operazioni e le collaborazioni tra i soci.

QUANDO?

Scegli la semplicità

Non è necessario essere su tutte le piattaforme dei social. Se il tuo team per i social media è di piccole dimensioni, rischi di sovrautilizzarlo per raggiungere un pubblico che magari non ascolta nemmeno. Concentrati, invece, su uno o due canali che sai di poter gestire per coinvolgere il tuo pubblico in modo efficace.

PANORAMICA SUI CANALI // CANALI PIÙ POPOLARI



Facebook

Con **2,45 miliardi di utenti attivi al mese**, Facebook continua ad essere **la piattaforma social più utilizzata**.

Gli utenti di età pari o superiore a 65 anni sono il gruppo in maggiore crescita, mentre sempre meno adolescenti utilizzano questa piattaforma.

L'**88%** degli utenti di Facebook sono su questa piattaforma per **rimanere in contatto con amici e familiari**.



Instagram

Instagram ha 1 miliardo di utenti registrati e attivi, e la metà dei suoi utenti ha un' **età inferiore ai 34 anni**.

Il 90% degli account seguono almeno un'azienda. Tra le organizzazioni con il più alto tasso di coinvolgimento troviamo gli enti di formazione superiore, **organizzazioni non profit** e squadre sportive.

Gli utenti di Instagram fanno largo uso degli hashtag per trovare contenuti che li interessano. **Un post su Instagram con almeno un hashtag registra in media un coinvolgimento maggiore del 12,6%** dei post senza hashtag.



Twitter

Twitter ha circa 330 milioni di utenti attivi in tutto il mondo. Di questi il 71% controlla la piattaforma per accedere alle ultime notizie e restare informati.

Gli utenti trascorrono il 4% in più di tempo su Twitter durante un evento dal vivo.

I tweet con un hashtag hanno il 69% di probabilità in più di essere ritwittati rispetto ai tweet con due hashtag.

Twitter è noto per i suoi post brevi - **un tweet ha un limite di 280 caratteri**, quindi i tuoi post devono essere brevi!

QUANDO?

PANORAMICA SUI CANALI // I CANALI PIÙ DIFFUSI

YouTube

La destinazione di riferimento per i contenuti video. Pubblica video che includono promozione del club, fatti rilevanti sui i soci, progetti di servizio e storie di beneficiari dei service. Condividi i video sulla tua pagina Facebook e sul tuo sito web.

LinkedIn

Social network per professionisti, colleghi e aziende. **Usa il tuo profilo LinkedIn per mostrare come il tuo club ha contribuito alla tua crescita professionale.**

TikTok

Piattaforma di condivisione video focalizzata su brevi video (15 o 60 secondi) che incorpora filtri, sticker e musica di sottofondo. I suoi utenti hanno un'età inferiore ai 30 anni. **Usa il tuo profilo personale per pubblicare video del tuo servizio con l'hashtag #lionsclub.**



App per dispositivi mobili

WhatsApp, WeChat (Cina), Line (Giappone) e KakaoTalk (Sud-est asiatico) offrono una funzione chat individuale e di gruppo. **Utilizza le app di messaggistica per creare gruppi per le conversazioni interne al club.**

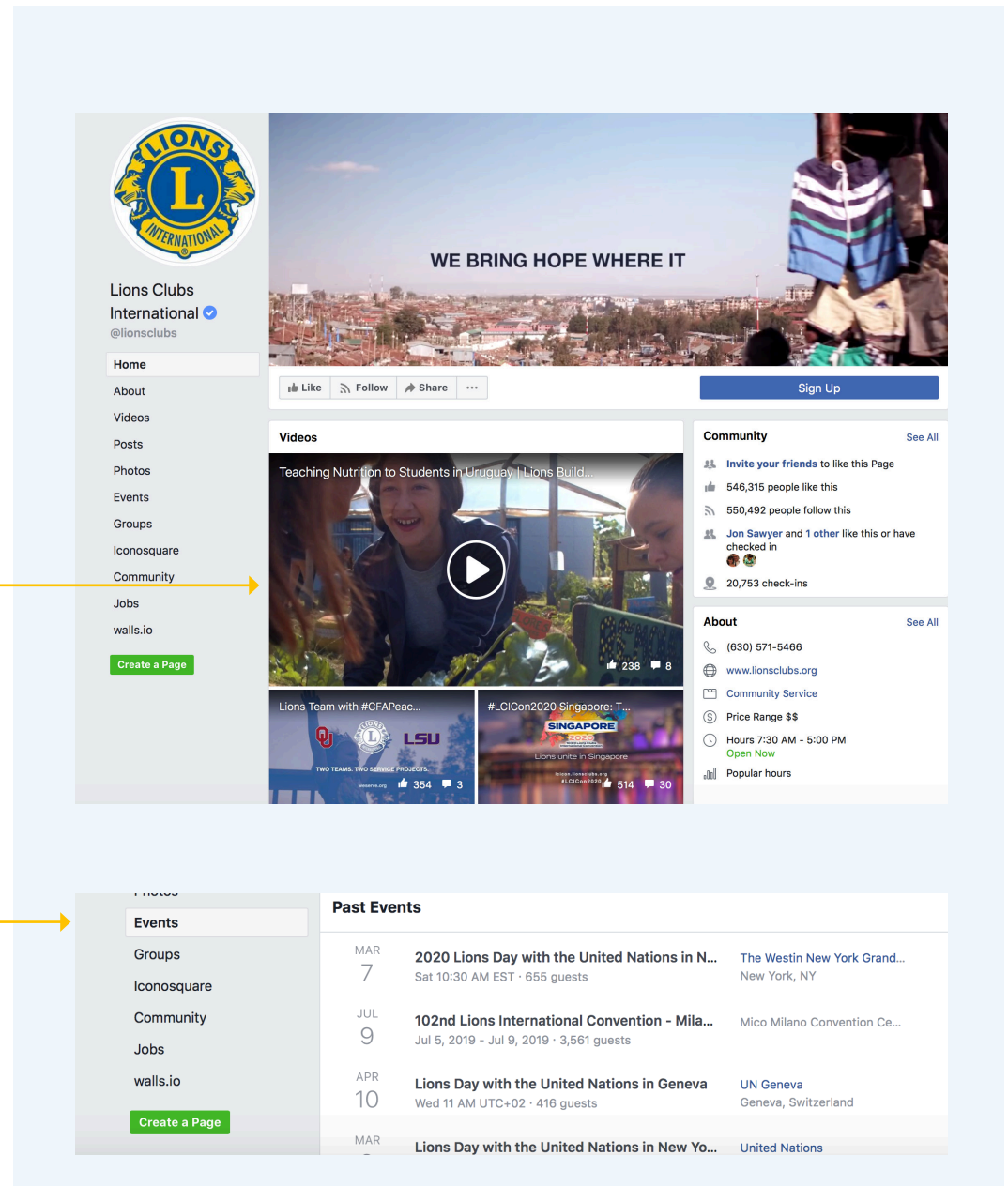


Le migliori pratiche // Facebook

Crea **un profilo** personale e condividi le attività dei Lions con i tuoi contatti; crea **una pagina** per il tuo club per promuovere il tuo servizio alla comunità e **un gruppo** per i soci del club per condividere le comunicazioni interne.

I video dal vivo sono facili da realizzare e sono un ottimo modo per mostrare il tuo club in azione.

Usa la funzione **Avvenimento importante** di Facebook per promuovere la tua attività di servizio e invitare i amici a partecipare. Includi parole chiave per assicurarti che il tuo evento venga visualizzato nelle ricerche di Facebook su quell'argomento.



Lions Clubs International
@lionsclubs

Home
About
Videos
Posts
Photos
Events
Groups
Iconosquare
Community
Jobs
walls.io
[Create a Page](#)

WE BRING HOPE WHERE IT

Like Follow Share ... [Sign Up](#)

Videos

Teaching Nutrition to Students in Uruguay | Lions Build...

Lions Team with #CFAPeac...
#LICICon2020 Singapore: T...
SINGAPORE
Lions Unite in Singapore

Community [See All](#)

[Invite your friends to like this Page](#)
546,315 people like this
550,492 people follow this
Jon Sawyer and 1 other like this or have checked in
20,753 check-ins

About [See All](#)

(630) 571-8466
www.lionsclubs.org
Community Service
Price Range \$\$
Hours 7:30 AM - 5:00 PM
[Open Now](#)
Popular hours

Events

Groups
Iconosquare
Community
Jobs
walls.io
[Create a Page](#)

Past Events

Date	Event Name	Location
MAR 7	2020 Lions Day with the United Nations in New York	The Westin New York Grand... New York, NY
JUL 9	102nd Lions International Convention - Milano	Mico Milano Convention Ce...
APR 10	Lions Day with the United Nations in Geneva	UN Geneva Geneva, Switzerland
MAR -	Lions Day with the United Nations in New York	United Nations

Le migliori pratiche // Instagram

I post di Instagram devono includere un'immagine. **Le foto da considerare comprendono:** Lions impegnati in attività di servizio, gruppi di soci sorridenti e beneficiari dei service. Ogni post dovrà anche includere una didascalia per fornire un contesto agli utenti.

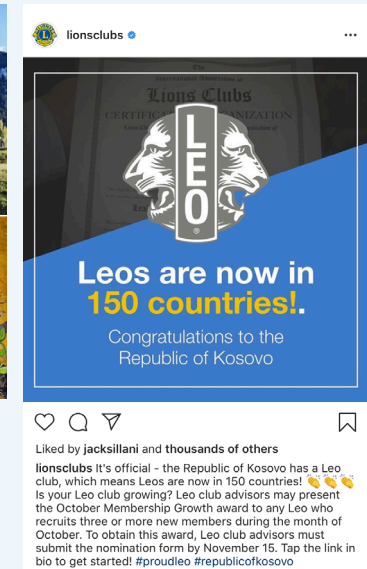


SUGGERIMENTO RAPIDO

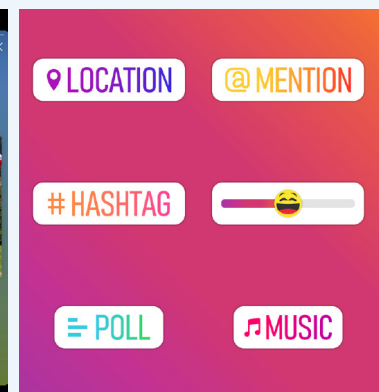
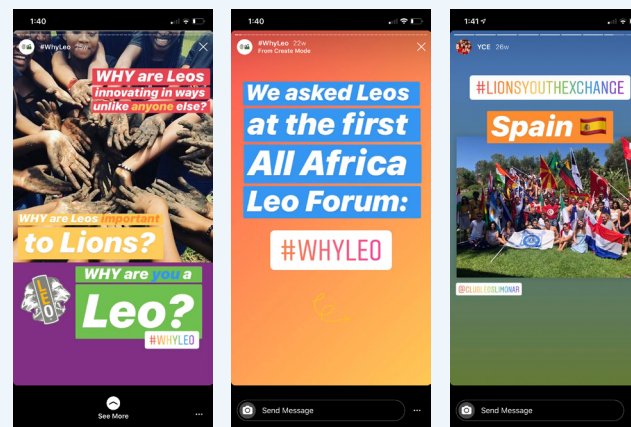
Includi degli hashtag per raggiungere un pubblico più ampio.

Oltre agli hashtag Lions come **#lionsclub** e **#weserve**, crea un hashtag speciale per il tuo club (es: #Nomedeltuolionsclub....) e usa hashtag locali (es: #Roma) e globali (es: #communityservice).

Usa le **Storie di Instagram** per condividere video divertenti e brevi e momenti salienti delle attività di servizio. Divertiti utilizzando GIF, sticker, boomerang, filtri e altro ancora.



lionsclubs Happy World Kindness Day! 🌍🐼❤️
#worldkindnessday #weserve #lionsclub #kindnessmatters



Le migliori pratiche // Twitter



SUGGERIMENTO RAPIDO

Invia un Tweet almeno una volta al giorno per un coinvolgimento di alto livello.

@Cita partner, organizzazioni, aziende e leader della comunità coinvolti nell'attività di servizio.

Sfrutta gli eventi locali e globali partecipando alla conversazione usando gli **hashtags** (es.: Usa #LCIcon durante la Convention internazionale Lions Clubs annuale per far sapere al tuo pubblico che stai partecipando alla Convention di LCI e pubblica le foto della tua esperienza).



COSA?

Le persone usano i social media per restare in contatto con familiari, amici e aziende. I tuoi contenuti dovranno raccontare una storia significativa per il tuo pubblico.



FOTO Le foto più coinvolgenti raccontano una storia: riprese spontanee di Lions in azione, risultati, volti sorridenti.



MATERIALE GRAFICO Utilizza strumenti come Canva per creare materiale grafico per promuovere il tuo evento. Usa una combinazione di testo e foto per attirare l'attenzione degli utenti.



VIDEO Fai un video durante il tuo evento o la tua attività di servizio, parla con il tuo pubblico, intervista i beneficiari e i soci.



TESTO Pubblica domande per entrare in contatto con il tuo pubblico.



STORIE Il tuo pubblico si interesserà alla tua causa quando individuerà un nesso con i suoi interessi. Le storie dei beneficiari dei service e dei soci che raccontano come il club ha avuto un impatto sulle persone e sulle famiglie della comunità.

COSA?

Coinvolgere

Oltre a pubblicare contenuti, utilizza i social media per interagire con il tuo pubblico:

- **Rispondi a commenti e messaggi diretti.** Si tratta di un'opportunità per rispondere a domande, indirizzare i follower ai programmi o alle pagine Lions, fare amicizia e reclutare nuovi soci.
- **Metti Mi piace e condividi i contenuti.** Condividi i contenuti di altre organizzazioni presenti sul territorio, organizzazioni partner, aziende o altri soci Lions.



QUANDO?

Pubblica un post una volta al giorno ma se le risorse / i contenuti non sono tanti, cerca almeno di essere regolare. Il coinvolgimento è fondamentale: i social media sono uno strumento per restare in contatto con gli altri.

Commenta, rispondi, esplora, scopri e resta in contatto.

I momenti migliori per pubblicare un post

Utilizza lo strumento di analisi dei dati della piattaforma per identificare quando il tuo pubblico è più coinvolto. In generale, si raccomandano i seguenti orari.



COME?

Per cominciare

- ▶ [FB](#)
- ▶ [IG](#)
- ▶ [Twitter](#)

Strumenti utili

PIANIFICAZIONE E CALENDARIO

- ▶ [HootSuite \(solo in inglese\)](#)
- ▶ [Buffer \(solo in inglese\)](#)
- ▶ [Later \(solo in inglese\)](#)

DESIGN

- ▶ [Canva](#)
- ▶ [Venngage](#)



COME?



Unisciti alla comunità SMiLE

SMiLE (Social Media including Lions Everywhere) è una comunità internazionale di Lions che ha il solo scopo di aiutare i Lions, i club, i distretti e i multidistretti nell'uso dei social media attraverso risorse online e formazione dal vivo.

- ▶ [SMiLE su lionsclubs.org](https://lionsclubs.org)
- ▶ [Gruppo Facebook SMiLE](#)



Lions Clubs International

Dipartimento Comunicazione Strategica

Telefono: +1- (630) 468-6817

Fax: +1- (630) 571-1685

Email: pr@lionsclubs.org