



# GUIDA RAPIDA ALL'USO DEI SOCIAL MEDIA

---

Quello che ti serve per far  
conoscere i tuoi service



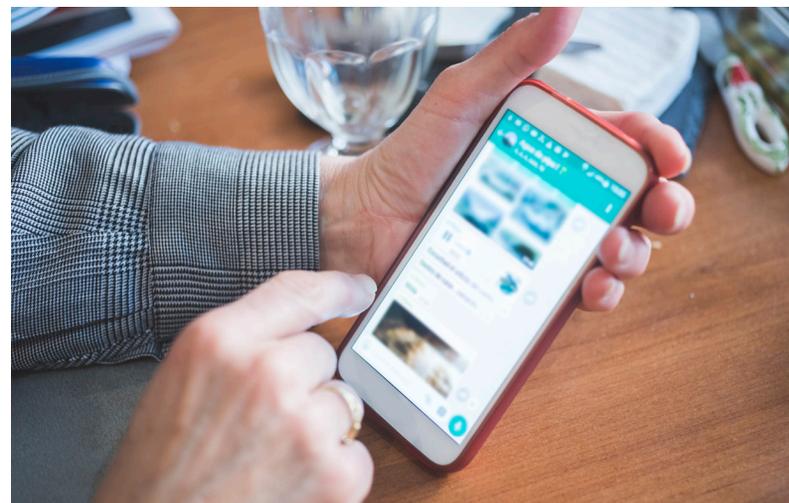
# PERCHÈ?

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.**

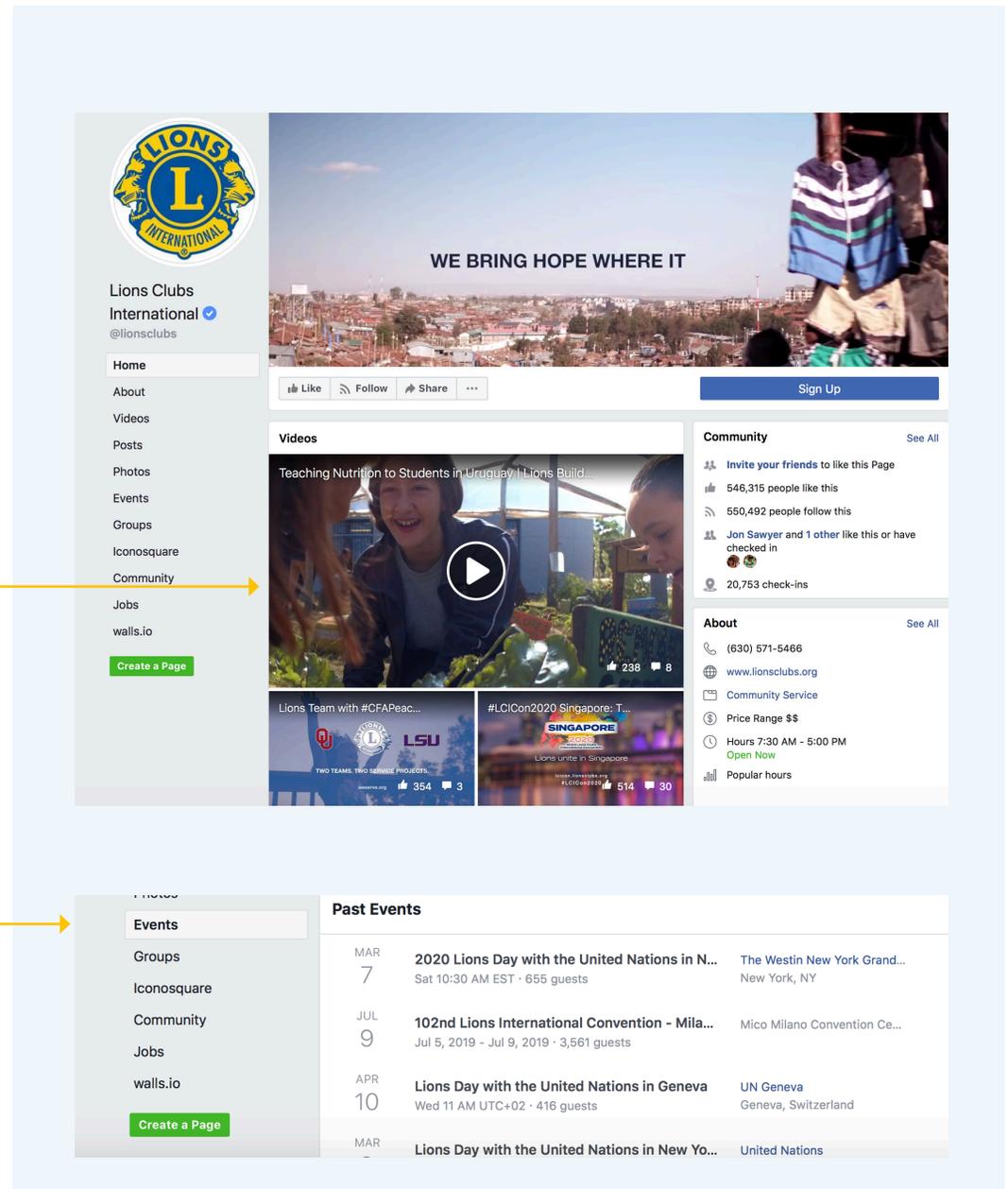


# Le migliori pratiche // Facebook

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.



The screenshot shows the Facebook profile for Lions Clubs International (@lionsclubs). The page features a navigation menu on the left with options like Home, About, Videos, Posts, Photos, Events, Groups, Iconosquare, Community, Jobs, and walls.io. The main content area includes a cover photo with the text "WE BRING HOPE WHERE IT", a video player for "Teaching Nutrition to Students in Uruguay", and a "Community" section with 546,315 likes and 550,492 followers. Below the main content, there are sections for "Past Events" and "Events".

Date	Event Name	Location
MAR 7	2020 Lions Day with the United Nations in New York	The Westin New York Grand Central, New York, NY
JUL 9	102nd Lions International Convention - Milan	Mico Milano Convention Center, Milan, Italy
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, New York, NY

# 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

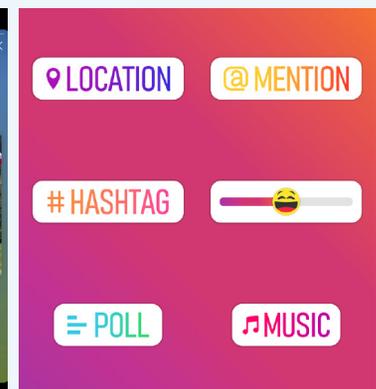
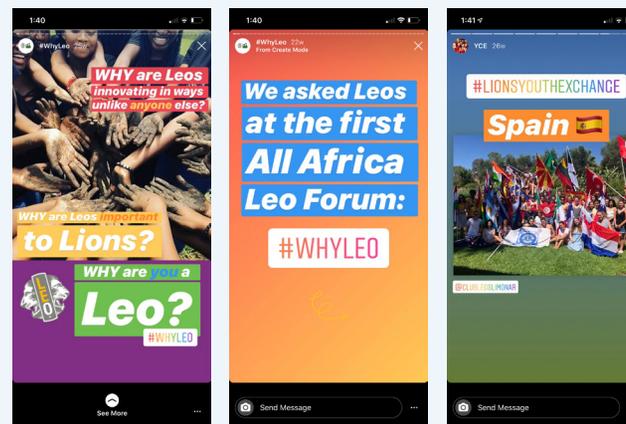
Includi degli hashtag per raggiungere un pubblico più ampio.

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).

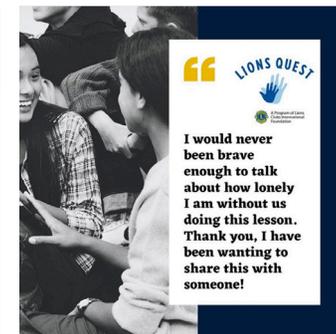


# COSA?

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.

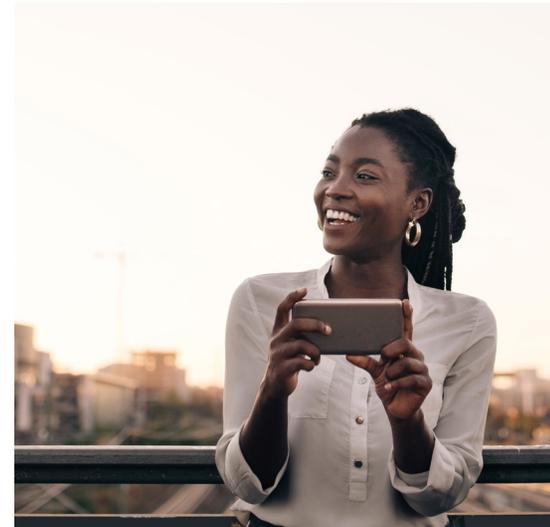
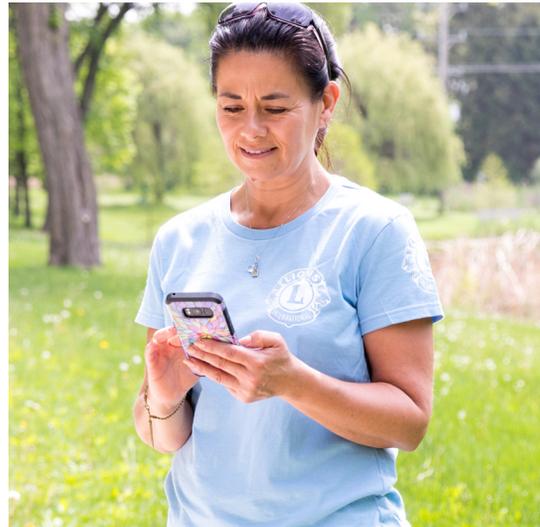
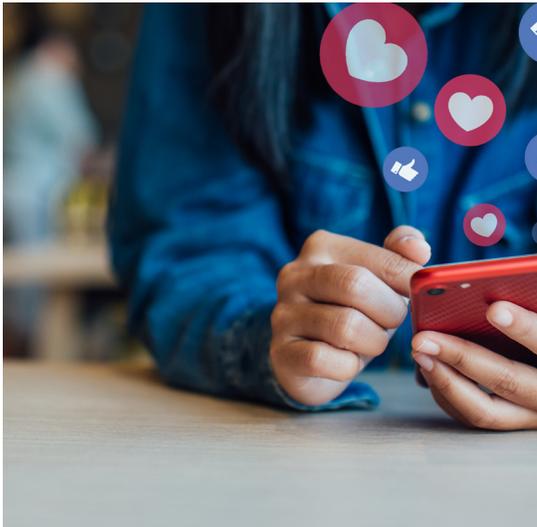
# COSA?

---

## 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](mailto:pr@lionsclubs.org)