

Social media per le associazioni

Testo Fanni Dahinden e Maja Graf, Centro di competenza vitamina B, con il supporto di ChatGPT

Qual è l'utilità dei social media per le associazioni?

Oggi è assolutamente normale fare ricerche su Wikipedia, darsi appuntamento tramite WhatsApp, pianificare attività con Doodle, condividere fotografie su Flickr, consultare le valutazioni di terzi su Internet prima di fare acquisti/prenotazioni o perfino redigere testi mediante ChatGPT o MyAI di Snapchat. Internet e l'utilizzo dei social media fanno parte della nostra quotidianità ormai da tempo.

Strumenti utili per le associazioni forniti da piattaforme e social media:

Organizzazione all'interno dell'associazione

Pianificazione degli eventi	Doodle, Facebook, trello.com, Calendar
Archiviazione centralizzata dei dati	Dropbox, Cloud, Google Drive, MSTeams
Archivio fotografico online	Flickr, Instagram, Dropbox
Sondaggi presso i soci	umfrageonline.com, surveymonkey.com, findmind.ch

Comunicazione nell'associazione

Segnalazione di eventi / cronaca in tempo reale di eventi	Facebook, Twitter, Instagram, Periscope (e piattaforme analoghe di live video streaming)
Promemoria / appelli ai membri	Facebook, Twitter, WhatsApp (e servizi di chat analoghi)
Coinvolgimento dei membri in campagne e collaborazioni / Scambi tra direzione e membri	Facebook, Twitter, WhatsApp (e servizi di chat analoghi)
Scambio tra i membri (fotografie, video, testi)	Gruppo Facebook chiuso; chat di gruppo (WhatsApp e servizi di chat analoghi); Instagram (fotografie)

Marketing / raccolta fondi

Reclutamento membri	Facebook, YouTube, Vimeo, Snapchat
Promozione di prodotti e servizi	Facebook, Twitter, Snapchat, YouTube, Vimeo, Instagram
Finanziamento di progetti mediante crowdfunding	wemakeit.ch, 100-days.net, ibelieveinyou.ch, projektstarter.ch, gemeinsam-unterwegs.ch
Incremento del grado di notorietà	Presenza su Wikipedia e vereins.wikia.com

→ Una raccolta esaustiva degli strumenti digitali per la collaborazione è disponibile su:
<https://www.vitaminab.ch/digitale/>

Come pianificare l'utilizzo dei social media per l'associazione?

1° passo: progetto di massima

Realizzare un progetto di massima che chiarisca le seguenti questioni:

- Quali obiettivi intendiamo perseguire con i social media?
 - *Raggiungere più in fretta i membri*
 - *Rafforzare la fidelizzazione dei membri*
 - *Favorire lo scambio tra i membri*
 - *Avere un'immagine moderna*
 - *Attirare l'attenzione sulla nostra associazione*
 - *Essere presenti sui social*
 - *Finanziare progetti*
 - *Potenziare eventualmente le nostre competenze mediatiche, ecc.*
- Quali sono i vantaggi per i membri della nostra associazione?
 - *Poter utilizzare canali peraltro già utilizzati per altri scopi*
 - *Poter stabilire contatti più rapidamente e agevolmente, ecc.*
- Quali sono i vantaggi per la direzione dell'associazione?
 - *Poter velocizzare i contatti al suo interno*
 - *Poter velocizzare i contatti con i membri*
 - *Poter archiviare i dati in modo collettivo*
 - *Poter semplificare la collaborazione, ecc.*
- Quante risorse intendiamo/possiamo utilizzare per gestire la nostra presenza sui social media? (Tempo / denaro)
- Quale/i piattaforma/e social media utilizzano i membri della nostra associazione?
- Con quale/i piattaforma/e social media raggiungiamo i nostri obiettivi?
- Come integriamo i social media nella nostra attuale comunicazione?

2° passo: preparazione

Sfruttare le risorse esistenti e il know-how disponibile! Chiedere il sostegno dei membri dell'associazione e di persone giovani vicine all'associazione che sono attive sul web e hanno esperienza con i social media e l'intelligenza artificiale (IA).

- Conosciamo una persona esperta di social media e di strumenti di IA alla quale delegare la creazione della nostra pagina?
- Conosciamo una persona esperta di social media e di strumenti di IA alla quale delegare la gestione della nostra pagina?

Facebook

La piattaforma social media più conosciuta è Facebook, con ca. 3,7 milioni di utenti in Svizzera e circa 1,7 miliardi nel mondo. Dal 2013 oltre il 50% delle persone con un profilo Facebook ha un'età superiore ai 30 anni.

Cosa mettere nella nostra pagina Facebook?

- Il programma annuale / il calendario degli eventi
- L'annuncio dell'AG con i punti all'ordine del giorno
- Le comunicazioni / informazioni di attualità
- Le foto e i video degli eventi dell'associazione
- Le campagne in corso
- La pubblicità / piccoli giochi, ecc.

Cosa fare e cosa non fare

Cose da fare assolutamente su Facebook:

- Mettere regolarmente in rete nuovi contributi / notizie / fotografie. Se non si è regolarmente online, si può molto semplicemente programmare la pubblicazione dei contributi.
- Scrivere testi spontanei e concisi (frasi brevi, simili alla lingua parlata).
- Scrivere testi personali, ma non privati.
- Nel limite del possibile, postare sempre anche una fotografia. I contributi corredati da fotografie hanno una migliore copertura.
- Porre domande per incentivare l'interazione con il pubblico. E non dimenticare di reagire ai commenti!
- Far partecipare i membri dell'associazione (sondaggi, indovinelli, sorteggi).
- Invitare i propri amici di Facebook a mettere Mi piace alla pagina dell'associazione. A questo scopo Facebook mette a disposizione una funzione semplice.
- Collegare la propria pagina Facebook con altre associazioni, organizzazioni e persone affini (geograficamente, a livello di contenuti, ecc.).
- Verificare regolarmente le impostazioni di sicurezza della pagina Facebook dell'associazione.

Cose da evitare assolutamente:

- Violazioni dei diritti della persona (fotografie o contributi con potenziale discriminatorio, https://www.vitaminab.ch/conoscenze_sulle_associazioni/diritti-sulle-foto-pubblicate-in-internet/)
- Gli argomenti troppo privati non devono figurare nella pagina Facebook dell'associazione!
- Spamming: evitare di postare troppi messaggi. Occorre mantenere vivo l'interesse delle persone, ma senza sommergerle di informazioni.

Instagram

La popolare piattaforma social media Instagram ha circa 4,2 milioni di utenti in Svizzera e circa 1,3 miliardi nel mondo. Instagram offre alle associazioni una piattaforma visiva per presentare i loro contenuti con fotografie e video di qualità. Con l'aiuto di ChatGPT e MyAI di Snapchat, per i loro contributi su Instagram le associazioni possono anche sfruttare didascalie e descrizioni generate automaticamente, allo scopo di risparmiare tempo nel content marketing. Questi strumenti di IA sono in grado di generare in maniera intelligente contenuti che rispecchiano lo stile e i toni dell'associazione.

TikTok

È una piattaforma amata dalle giovani generazioni, che offre possibilità creative per creare e condividere contenuti. Le associazioni dovrebbero tuttavia considerare che TikTok è controllata dal governo cinese e che sussistono dubbi circa la protezione dei dati e la sicurezza.

LinkedIn

Nella strategia inerente ai social media, ed eventualmente anche nella loro attività quotidiana, le associazioni possono includere anche LinkedIn. Si tratta di una piattaforma per lo sviluppo di contatti professionali, il networking e la creazione di relazioni nel mondo del lavoro. Di seguito elenchiamo i vantaggi di LinkedIn per un'associazione:

1. *Networking professionale:* LinkedIn consente alle associazioni di mettersi in contatto con persone esperte del loro ramo, con partner, sponsor e sostenitori potenziali. Le associazioni hanno la possibilità di espandere la loro rete e di beneficiare dei contatti di altri soggetti.
2. *Employer branding:* LinkedIn offre alle associazioni la possibilità di presentarsi come datrici di lavoro interessanti. Esse possono condividere informazioni sulla loro organizzazione, le offerte di lavoro, i posti di stage e di volontariato, rivolgendosi a persone di talento.
3. *Content marketing:* grazie alla condivisione di contenuti, aggiornamenti e conoscenze pertinenti, le associazioni hanno l'opportunità di dimostrare la loro competenza e il loro valore aggiunto. LinkedIn offre alle associazioni la possibilità di pubblicare blog, articoli, video e presentazioni per diffondere attivamente il loro messaggio.
4. *Reclutamento di persone volontarie ed esperte:* le associazioni possono utilizzare LinkedIn per trovare persone disposte ad aiutare a titolo di volontariato o per acquisire personale esperto per determinati progetti o iniziative. Hanno la possibilità di cercare in modo mirato persone con determinate capacità ed esperienze che sono di grande importanza per l'associazione.
5. *Impegno nel settore e nella comunità:* LinkedIn offre gruppi e forum in cui persone esperte e gruppi di interesse hanno l'opportunità di confrontarsi. Le associazioni possono partecipare a queste discussioni, posizionarsi come esperte e instaurare preziosi contatti nel loro settore.

Strumenti di IA

Con l'impiego di ChatGPT, MyAI di Snapchat e strumenti di IA in grado di generare immagini, le associazioni risparmiano tempo anche nel content marketing e creano contenuti di alta qualità. Questi strumenti di IA sono ad esempio in grado di generare automaticamente testi per i post sui social media o anche immagini e grafici in linea con le esigenze visive dell'associazione. Ciò consente alle associazioni di lavorare con maggiore efficienza e al contempo di produrre contenuti accattivanti per il loro gruppo target.

Importante!

Nell'uso di tutti i social media – anche degli strumenti di IA – è importante attenersi scrupolosamente alle disposizioni sulla protezione dei dati e alle direttive etiche per evitare abusi e tutelare la sfera privata dell'utenza.

Occorre pertanto rispettare assolutamente la Legge federale sulla protezione dei dati, in vigore dal 1° settembre 2023, https://www.vitaminb.ch/uploads/media/default/2981/2023_Protezione_dei_dati.pdf