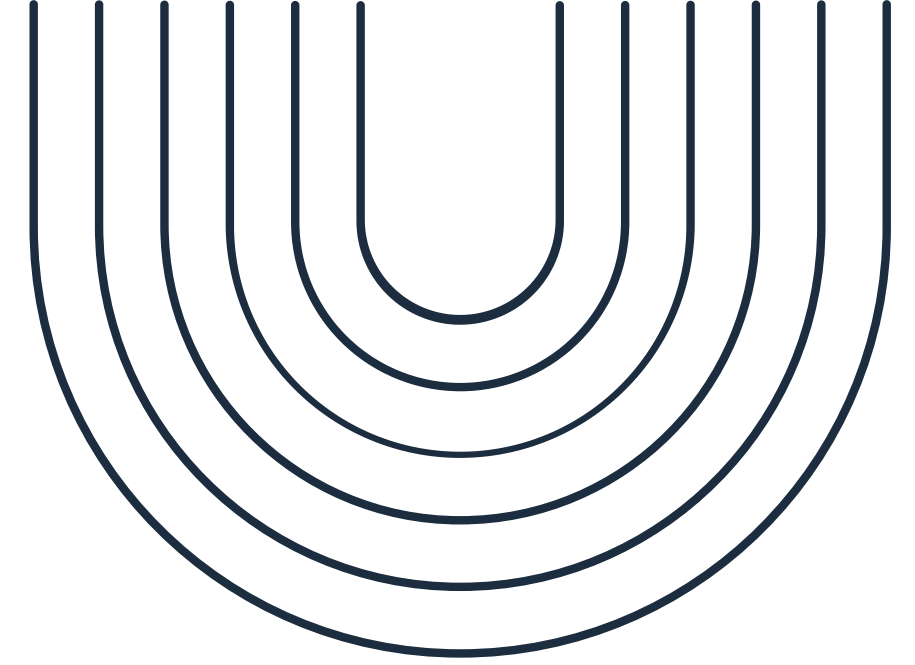




ORGANIZZARE LE PUBBLICAZIONI SUI SOCIAL

Federica Paviola



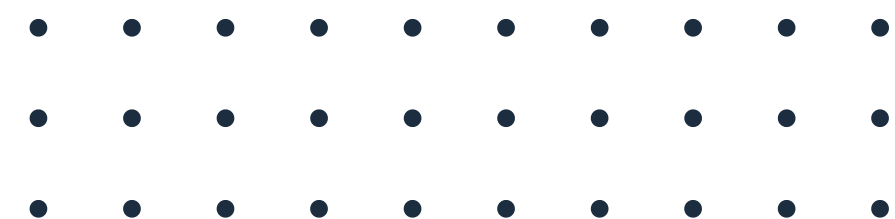


01. ORGANIZZAZIONE DEL TEMPO

02. PIANO E CALENDARIO EDITORIALE

03. PIATTAFORME DI PROGRAMMAZIONE

04. RISPONDO A 10 FAQ



**DI COSA
PARLEREMO**

MI PRESENTO

Sono Federica Paviola, **social media strategist.**

NON social media manager. Cosa significa?

Che mi occupo di tutto il lavoro che si intraprende PRIMA della pubblicazione.

Aiuto i miei clienti a scegliere su quali canali essere presenti, come comunicare al target che abbiamo individuato, quale TOV utilizzare, di cosa parlare e come farlo, per raggiungere l'obiettivo principale che hanno i business online:

far conoscere la propria realtà e VENDERE.

IL MIO BACKGROUND

Dopo un passato in agenzia di comunicazione, ho deciso di diventare freelance per impostare il mio metodo di lavoro.

La parte **strategica** della comunicazione viene spesso travisata, mentre è **un aspetto fondamentale per ottimizzare budget, risorse ed energia.**

Avere un piano ben definito sui social è un aspetto fondamentale per poter vedere dei risultati in tempi brevi e comunicare nel miglior modo con il proprio target.

Nessun business o professionista è online per svago, stiamo usando la piattaforma per vendere.



01.

ORGANIZZARE IL TEMPO



DARSI DELLE SCADENZE

Arrivati a questo punto del corso, dovremmo avere chiari diversi aspetti:

- la nostra strategia
- il nostro target
- su quali piattaforme pubblicare
- quanto posso pubblicare
- di quale materiale multimediale dispongo già
- quali tipologie di testi voglio creare
- di cosa voglio parlare

Avendo chiara la frequenza di pubblicazione, posso iniziare a capire in quali giorni della settimana o del mese ho tempo e modo di creare i contenuti.

Non su tutte le piattaforme posso programmare i post e anche questo è importante da tenere in considerazione.



DARSI DELLE SCADENZE

Il mio consiglio è di ritagliarsi:

- 10 minuti al giorno per navigare online e prendere idee per futuri contenuti
- qualche minuto durante la giornata per rispondere a messaggi e commenti e interagire con altri profili (in maniera pertinente)

E per la creazione dei contenuti?

Anche un paio d'ore al mese possono essere sufficienti se il mio Piano editoriale (PED) e calendario sono strutturati in maniera efficace.

In base alla piattaforma di pubblicazione, poi, ricordate che ci sono anche le storie da non trascurare e pubblicare quotidianamente!!



COSA CAMBIA TRA I SOCIAL?

Non tutti hanno le stesse esigenze!

Il nostro corso è generico e serve a farvi capire il funzionamento dei social, ma è importante che facciate il lavoro di ascolto di cui abbiamo parlato in ogni lezione.

- guardate come gli utenti nella piattaforma comunicano
- guardate quante pubblicazioni sono fatte dai profili che seguite
- osservate come le persone interagiscono con i vostri contenuti e a cosa sono più interessate
- monitorate i risultati dei vostri contenuti, così da capire i formati migliori



LinkedIn

Qui vi consiglio di dedicare più tempo alle interazioni e ai commenti di valore sugli altri profili. LinkedIn non ha una frequenza di pubblicazione “ideale”, ma vi consiglio l’accesso quotidiano per compiere delle azioni di interazione e commento.

Facebook

Una pagina ben curata è già un ottimo punto di partenza. Non serve pubblicare troppo di frequente, è importante curare i contenuti e rispondere ai messaggi e commenti celermente.

Instagram

Anche questo social è da utilizzare idealmente ogni giorno, sicuramente per le storie. Non esagerate nella pubblicazione dei contenuti ma scegliete una frequenza e mantenetela.



TikTok

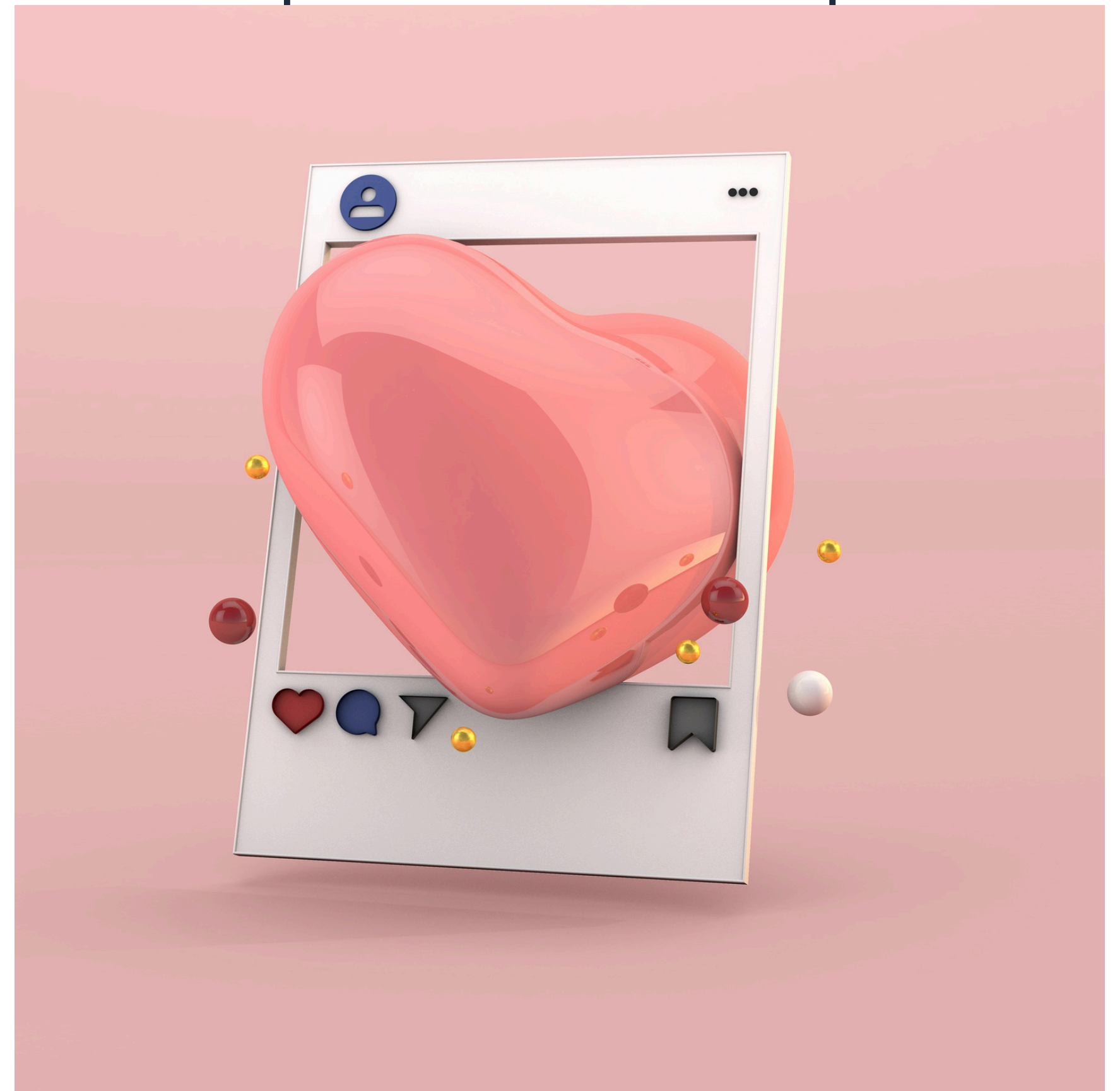
Maggioranza di contenuti video, avrete dei risultati anche senza usarla troppo. Importante rispondere celermente ai commenti, se possibile con un video! Non si può programmare l'uscita dei contenuti

Pinterest

Non esiste frequenza ideale, consiglio di pubblicare solo quando ci sono contenuti di livello. È importante mantenere il profilo ordinato e creare board in target.

YouTube

Questo social vuole contenuti di QUALITÀ. Che siano shorts o video più lunghi, è importante che siano ben fatti e ottimizzati. Il traffico qui arriva o dai contenuti particolarmente ricercati, o dagli altri social.



02.

PED E CALENDARIO EDITORIALE





Abbiamo dedicato la scorsa lezione a capire come trovare idee per le proprie pubblicazioni e organizzarla in un Piano Editoriale.

Il PED può essere anche un semplice file in word o su note, dove raccogliamo:

- ricorrenze e argomenti stagionali che vogliamo trattare
- gruppi di argomenti e relativi sottogruppi
- argomenti specifici o idee per post che abbiamo raccolto

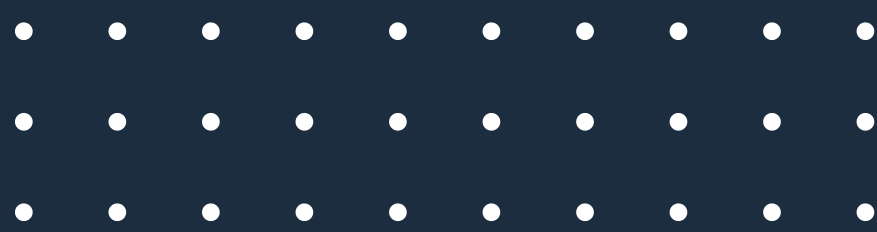
Arrivati a questo punto, se il mio lavoro di raccolta argomenti è stato meticoloso e viene periodicamente aggiornato, sarò pronta per impaginare il mio calendario editoriale.

Ricordiamoci una cosa prima:

I SOCIAL NON SONO UNA SCIENZA.

Diffidate da chi vi dice che c'è una formula magica per arrivare ai risultati.

Ci sono test, prove e analisi dei dati (o all'inizio anche semplice ascolto di ciò che il mio pubblico mi dice con le sue azioni - o non azioni)



Il mio PED potrebbe risultare più o meno così:

CHI SONO

- formazione
- servizi
- tipologia di percorsi
- recensioni

SERVIZI

- consulenza strategica
- percorsi di formazione
- calendario editoriale

CONSULENZA STRATEGICA:

- a chi serve?
- come funziona?
- quale materiale ricevo?
- quanto costa?
- per quanto tempo è valida?

REEL

- come creare ganci efficaci per i tuoi video
- 3 trend del momento
- 3 motivi per cui i tuoi reel non stanno funzionando
- come creare un reel veloce che catturi l'attenzione

STORIE:

- le devo pubblicare ogni giorno?
- come trovo argomenti di cui parlare?
- storie come strumento di vendita
- è nelle storie che si converte V-F
- Box domande: come ottenere più interazioni

Ho poi una cartella a parte dove salvo i trend del momento.

Potete decidere se:

- inserirli liberamente nel calendario, al posto di un post già calendarizzato
- inserirli nei giorni in cui non ci sono pubblicazioni
- mantenere un giorno a settimana per l'adattamento dei trend

Ognuno deve trovare la sua formula magica per mantenersi attivo nelle pubblicazioni con la frequenza prestabilita, senza esaurire e **non ricadendo mai nella pubblicazione di contenuti di poco valore.**

I trend hanno anche una valenza temporale, quindi sono più funzionali se pubblicati nel loro “momento caldo”, senza calendarizzarli dopo diverse settimane dalla loro uscita.

Arriviamo ora alla creazione di un calendario.

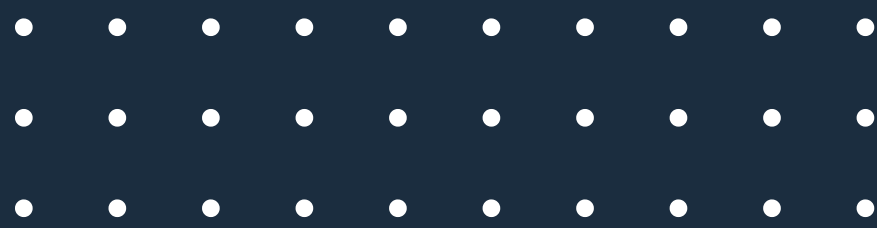
Io preferisco usare i fogli Google su Drive, che sono esattamente come Excel.

Perché?

Perché mi permette di spostare le caselle all'interno del file e poter così rischedulare i contenuti senza errori o perdite di tempo.

GIORNO	DATA	ARGOMENTO STORIE	STRUTTURA STORIE	ARGOMENTO E FORMATO	COPY	note Valentina
domenica	1 settembre					
lunedì	2 settembre	nuovo mese, nuovi inizi!	Anche per voi il nuovo anno inizia a settembre? Avendo un'academy penso spesso in anni accademici quindi eccomi qui arrivare a inizio settembre con tanti nuovi progetti e novità di cui non vedo l'ora di parlarvi! Qualche spoiler l'avete già ricevuto nelle scorse storie. Vediamo chi è stato attento. È in arrivo: nuova sede - nuovo sito - nuovo logo / Intanto ti parlo di una grandissima novità sul mio reel di oggi!	reel - ti presento una novità: i corsi teorici online di V-Emme Academy!	<p>Iniziamo settembre con una novità BOMBA 🤯💣</p> <p>Nasce finalmente la mia piattaforma di apprendimento online e abbiamo aggiornato il sito dell'Academy. Sono entusiasta e non vedo l'ora sia ottobre per iniziare il nuovo anno accademico insieme!</p> <p>Hai bisogno di maggiori informazioni? Contattami per una call conoscitiva gratuita ✨</p> <p>#VisualMerchandising #visualmerchandiserudine #visualmerchandising #visualmerchandiserexpert #corsoprofessionale #corsoprofessionalevisualmerchandising</p>	
martedì	3 settembre	Analizzo uno spazio commerciale	Sarebbe fighissimo mostrare qualche temporary store o concept store famoso nel mondo e commentare			
mercoledì	4 settembre	BOX DOMANDE	Superiamo la metà della settimana con qualche curiosità, chiedimi quello che vuoi			
giovedì	5 settembre	corsi online	Sapete bene la mia opinione sui corsi online per diventare VM. Vi ho sempre detto che certe cose non funzionano a mio avviso.. allora perché ho deciso di lanciare dei corsi online? Per 2 motivi: 1- c'è chi vorrebbe partecipare a V-Emme Academy ma è geograficamente lontano da qui 2- La TEORIA è funzionale anche online, a patto che poi la parte pratica sia svolta in presenza! Nel mio reel di oggi vi spiego meglio. Intanto per chi fosse interessato, contattatemi, questa nuova formula didattica sono sicura che la amerete!	Post - perché ho deciso di creare dei corsi online?	<p>"Perché ho deciso di creare dei corsi online di Visual Merchandising?"</p> <p>Perché VI LEGGO 🗣️📱</p> <p>Ho dialogato con diverse persone nel corso di quest'anno e ho avuto dialoghi molto interessanti, ma soprattutto mi avete scritto le vostre esigenze.</p> <p>I problemi principali?</p> <ul style="list-style-type: none"> 📍 "Non sono di Udine" 💻 "Vorrei diventare VM ma attualmente ho un altro lavoro" 👩 "Mi serve più flessibilità oraria per conciliare i miei impegni" <p>Ho ascoltato i vostri bisogni e ho creato un corso ONLINE da seguire come e quando potete! 🥰</p> <p>Il corso sarà online da Ottobre, sarà teorico e vi approfondirà tutto il</p>	

Possiamo inserire qui anche altre due colonne: **anteprima + stato del post**



Esistono ovviamente degli strumenti che permettono di agevolare il lavoro in team, soprattutto quando ci sono diverse persone che si occupano di aspetti differenti del contenuto.

Nel mio caso, però, con professionisti singoli o piccole realtà, o ancora grandi realtà che però hanno persone specifiche che controllano la situazione social, il file excel è per me la soluzione migliore.

Se doveste scegliere di utilizzare degli strumenti per l'organizzazione, vi consiglio di guardare:

- **Notion**
- **Slack**
- **Asana**
- **Trello**

03.

Ho deciso il contenuto e l'ho creato. E ora?

**INIZIAMO A
PROGRAMMARE**



COME PROCEDERE

Abbiamo il calendario, sappiamo argomento e data, abbiamo creato il contenuto e il testo (ci siamo fatti aiutare da qualche tool?). E ora?

Ora siamo pronti a pubblicare.
Consiglio di utilizzare SEMPRE tool certificati o le piattaforme interne.

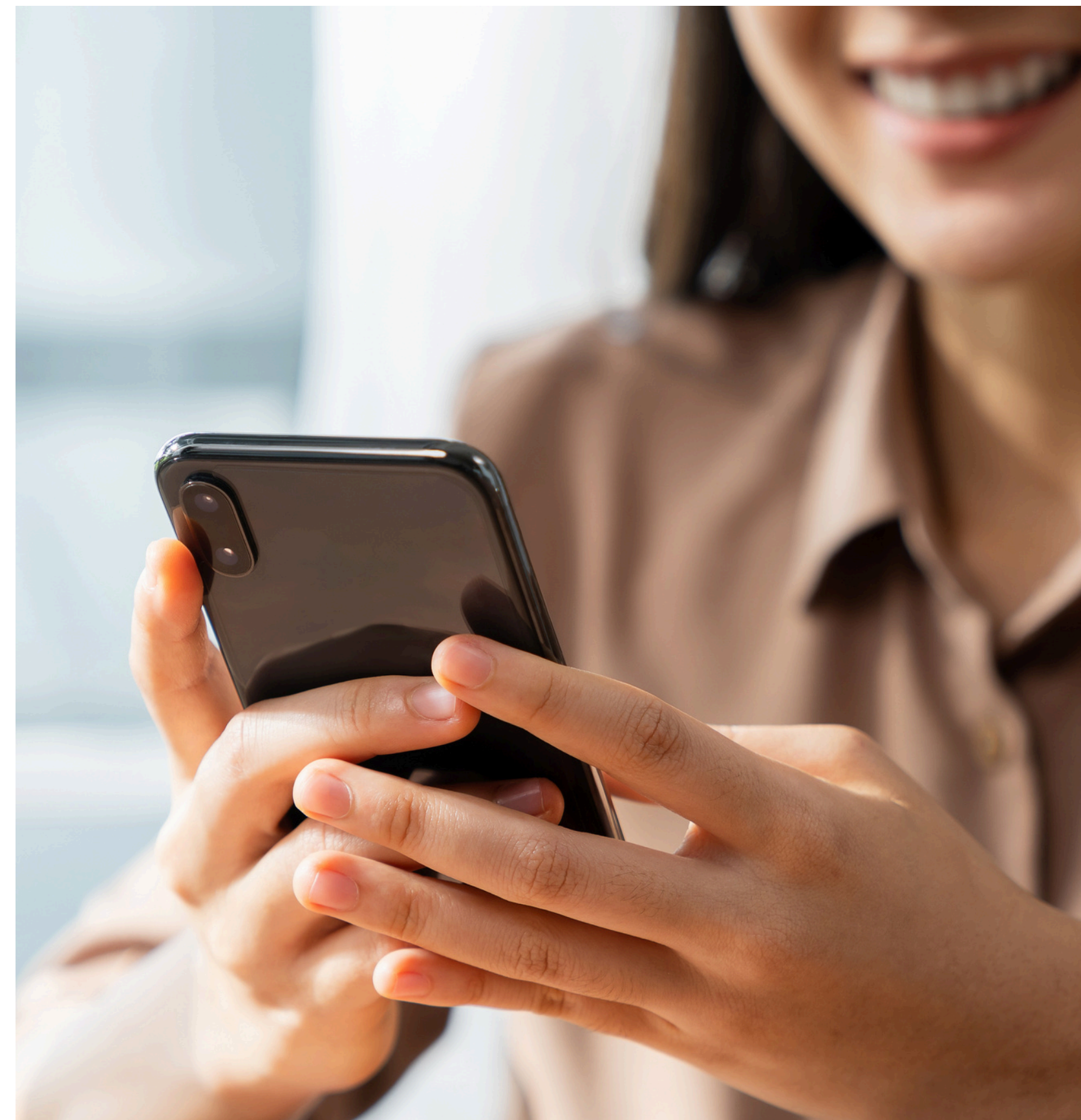
Iniziamo da **TikTok**:

NON è possibile programmare.

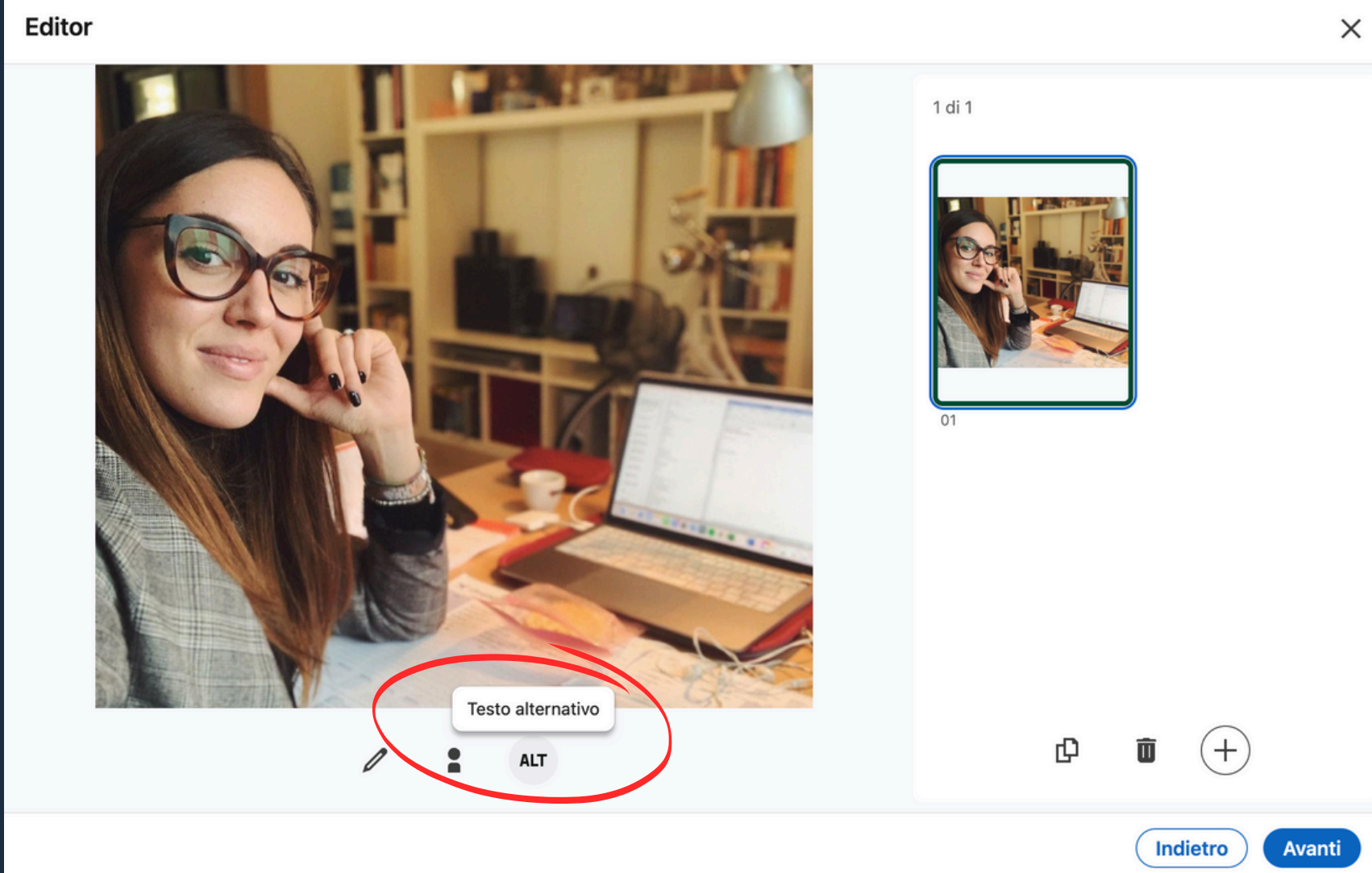
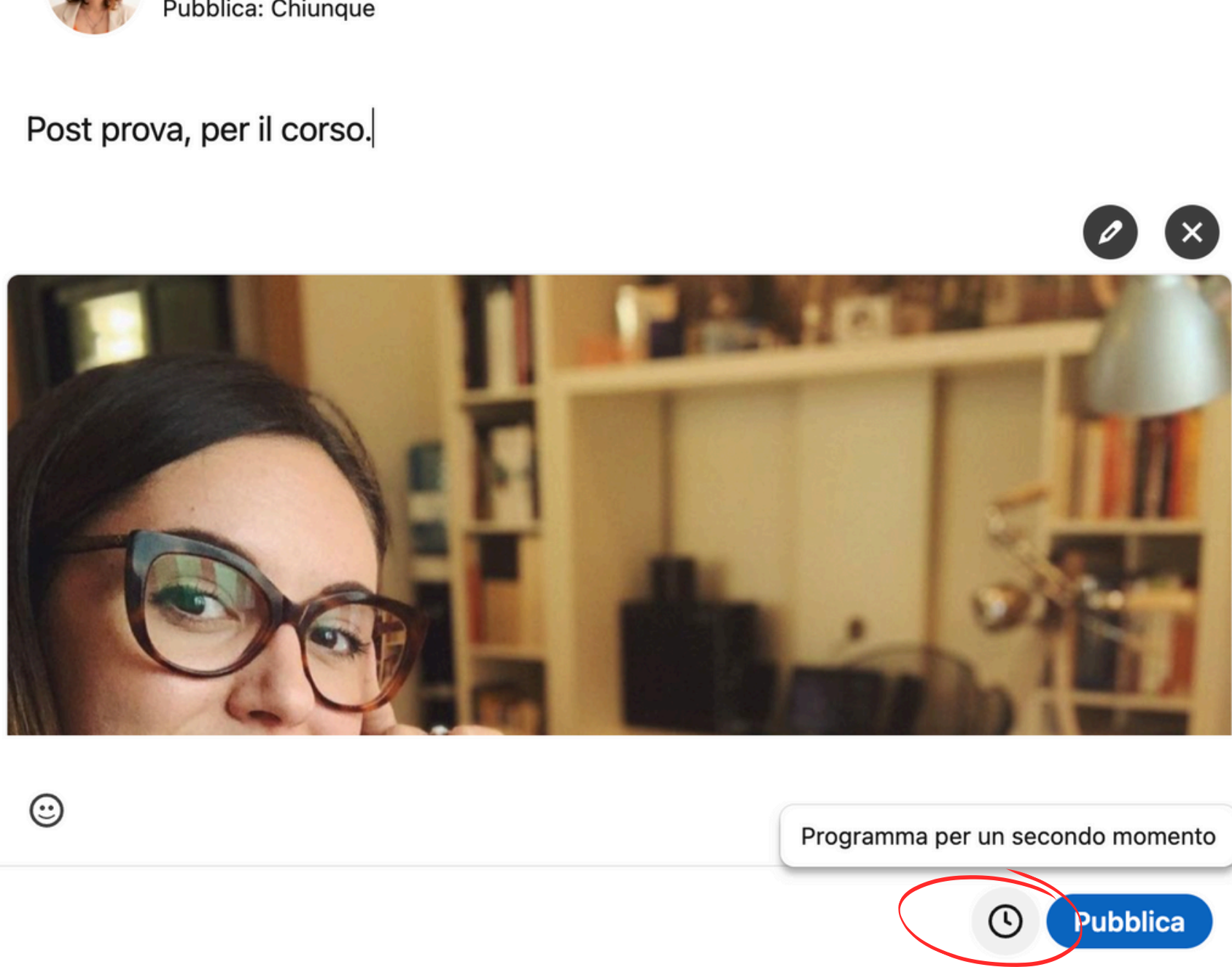
In questo caso consiglio di preaprire il contenuto, tenerlo in bozza e poi entrare per pubblicare.

Mi raccomando di rimanere attivi per un po' dopo la pubblicazione, interagendo con altri profili e rispondendo in tempi brevi ai primi commenti.

(Nel caso rispondessimo con un video, facciamo passare qualche ora).



Passiamo a **LinkedIn** -> è sufficiente seguire i passaggi per la pubblicazione usuale e cliccare sull'orologio affianco a "pubblica" per schedulare un contenuto.



Per ottimizzare i risultati dei contenuti, è sempre bene compilare tutti i campi richiesti.

Il testo alternativo aiuta a far comprendere il contenuto a:

- la piattaforma
- i non vedenti o ipovedenti

Anche per **Pinterest** il procedimento è interno alla piattaforma, quindi creiamo un pin come di consueto e poi flagghiamo l'opzione per programmare l'uscita del contenuto.

The screenshot shows the Pinterest 'Crea Pin' (Create Pin) interface. At the top, the user is identified as 'Federica Paviola'. The main area is titled 'Crea Pin' with the subtitle 'Stai lavorando su: Il tuo profilo'. On the left, there is a preview of the pin image showing a woman with glasses at a desk. To the right of the image, there are several input fields: 'Prova per corso', 'Descrizione' (containing the text 'prova'), 'Link' (containing 'https://federicapaviola.it/'), and 'Bacheca' (set to 'Social media strategy'). Below these fields, there is a section for tags with the text '(1) argomenti taggati' and a search box containing 'Cerca un tag'. At the bottom of the form, there is a toggle switch for 'Pubblica più tardi' (Publish later), which is circled in red. Other visible elements include a 'Pubblica' button in the top right, a 'Social Media' button with an 'X' icon, and a help icon (question mark) in the bottom right corner.

YouTube nell'ultima parte di pubblicazione, presenta la possibilità di programmare l'uscita del contenuto, sia esso short o video classico.

The screenshot shows the 'Visibilità' (Visibility) settings for a YouTube video. At the top, a progress bar indicates the current step: 'Dettagli' (checked), 'Elementi video', 'Controlli', and 'Visibilità' (active). The main heading is 'Visibilità' with the instruction 'Scegli quando pubblicare il tuo video e chi può guardarlo'. Below this, there are three main sections: 'Salva o pubblica', 'Programmazione', and a warning section. The 'Salva o pubblica' section offers three options: 'Privato', 'Non in elenco', and 'Pubblico'. The 'Programmazione' section is circled in red and contains a dropdown menu for scheduling. The warning section asks 'Prima di pubblicare il video, presta attenzione ai seguenti aspetti: In questo video vengono mostrati bambini?'. On the right side, there is a 'Elaborazione del video...' status box with a progress indicator, a video ID '336031325 5491668750933800', a channel ID '1605459952592898739 n', and a video link 'https://youtube.com/shorts/B4...' with a copy icon. At the bottom, there is a status bar showing 'Elaborazione fino alla risoluzione SD in corso... 4 minuti rimanenti' and two buttons: 'Indietro' and 'Salva'.

Dettagli Elementi video Controlli **Visibilità**

Visibilità

Scegli quando pubblicare il tuo video e chi può guardarlo

Salva o pubblica
Imposta il video come **pubblico, non in elenco** o **privato**

- Privato**
Soltanto tu e gli utenti da te scelti potete guardare il video
- Non in elenco**
Chiunque abbia il link al video può guardarlo
- Pubblico**
Chiunque può guardare il video

Programmazione (circled in red)
Seleziona la data in cui il tuo video sarà reso **pubblico**.

Prima di pubblicare il video, presta attenzione ai seguenti aspetti:
In questo video vengono mostrati bambini?

Elaborazione del video...

336031325 5491668750933800
1605459952592898739 n

Link video
<https://youtube.com/shorts/B4...>

↑ SD ✓ Elaborazione fino alla risoluzione SD in corso... 4 minuti rimanenti

Indietro Salva

Come sappiamo, **META** offre degli strumenti interni di pubblicazione, quindi da un'unica schermata (se i collegamenti sono fatti correttamente) possiamo programmare **sia Facebook che Instagram**, sia contenuti che storie.

Da dove? Meta Business Suite, a cui accedete da questo link diretto: **business.facebook.com**

Se il collegamento è corretto, vi appaiono le anteprime di entrambi gli account a inizio pagina, così:

The screenshot displays the Meta Business Suite interface. On the left is a navigation sidebar with the following items: Home, Notifiche, Gestione inserzioni, Posta, Centro per clienti p..., Contenuti, Pianificazione, Inserzioni, Insights, and Tutti gli strumenti. The main content area shows the profile of 'Federica Paviola - Digital Strategist'. The profile picture is a stack of books: 'THIS IS MARKETING' by Seth Godin and 'INFLUENCE: The Psychology of Persuasion' by Robert B. Cialdini, Ph.D. The profile name is 'Federica Paviola - Digital Strategist', with a Facebook link 'Federica Paviola- Digital Strate...' and an Instagram handle '@federica.pavi...'. It shows 64 followers on Facebook and 1174 followers on Instagram. Below the profile information are buttons for 'Crea post', 'Crea inserzione', 'Crea reel', 'Crea storia', and 'Altro'. At the bottom, there is a section titled 'Lista delle cose da fare' with the text 'Controlla i messaggi non letti, i commenti e altri contenuti che potrebbero richiedere la tua attenzione.'

Se vogliamo avere chiara la data di pubblicazione e le uscite delle settimane, vi consiglio di utilizzare la sezione “Pianificazione”, così da avere una schermata a calendario con anche suggerimenti di fasce orarie più adatte alla pubblicazione per il vostro pubblico.

Meta Business Suite

Federica Paviola-...

Home

Notifiche

Gestione inserzioni

Posta

Centro per clienti p...

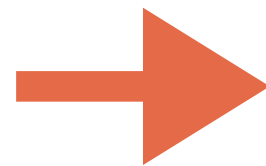
Contenuti

Pianificazione

Inserzioni

Insights

Tutti gli strumenti



Crea inserzione Crea post

Tipo di contenuti: Tutti

gio 21 Ven 22 sab 23

08:27 Attive

08:27 Attive

17:00

Questa settimana, i tuoi follower di Instagram sono più attivi in questo orario.

Progra...

Crea post

Crea storia

Crea reel

Carica reel in blocco

Carica video in gruppo

Pubblica il video su più Pagine

Da qui possiamo decidere di programmare direttamente nell'orario suggerito, oppure andare in alto a destra e selezionare la freccia per decidere la funzione da attuare.

Possiamo programmare post in un arco temporale compreso in **28 giorni futuri** dalla data del momento di creazione.

Pubblica su

Federica Paviola- Digital Strategist e federica.paviola

Pubblica su Facebook e Instagram

Federica Paviola- Digital Strategist

federica.paviola

1195 x 1071

Aggiungi foto

Dettagli del post

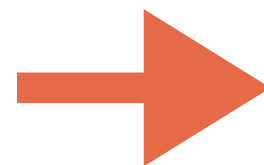
Personalizza il post per Facebook e Instagram

Testo

😊

😊 📍 🗨️ 📞 🧪 ⋮

Scorrendo più in basso, troveremo l'opzione di programmazione e possiamo scegliere anche di farlo in due momenti diversi sulle due piattaforme, ricevendo anche qui consigli dalla piattaforma per gli orari di maggiore attività di chi mi segue.



Opzioni di programmazione Imposta data e ora

Programma il tuo post negli orari in cui il tuo pubblico è più attivo oppure seleziona manualmente una data e un orario futuri per pubblicare il post.

Facebook

📅 21 novembre 2024 ⌚ 12:38

Instagram

📅 21 novembre 2024 ⌚ 12:38

Orari di maggiore attività

Impostazioni sulla privacy

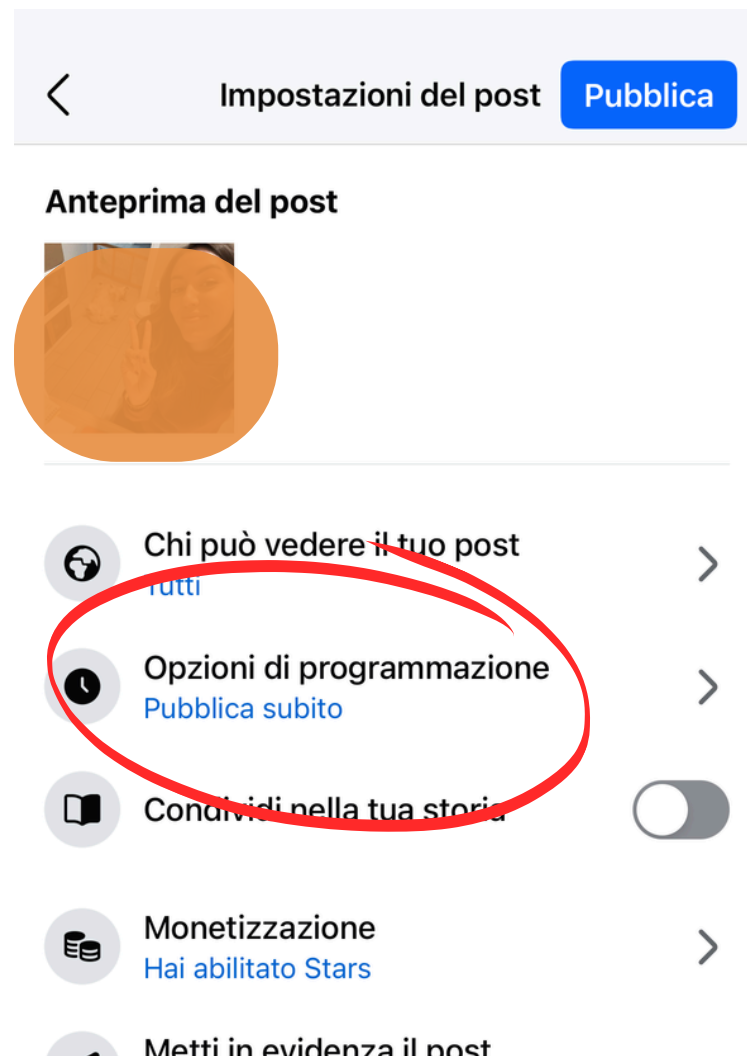
Modifica le tue impostazioni sulla privacy per controllare chi può vedere il tuo post nella sezione Notizie, su Watch, nei risultati di ricerca e sul tuo profilo.

Promuovi

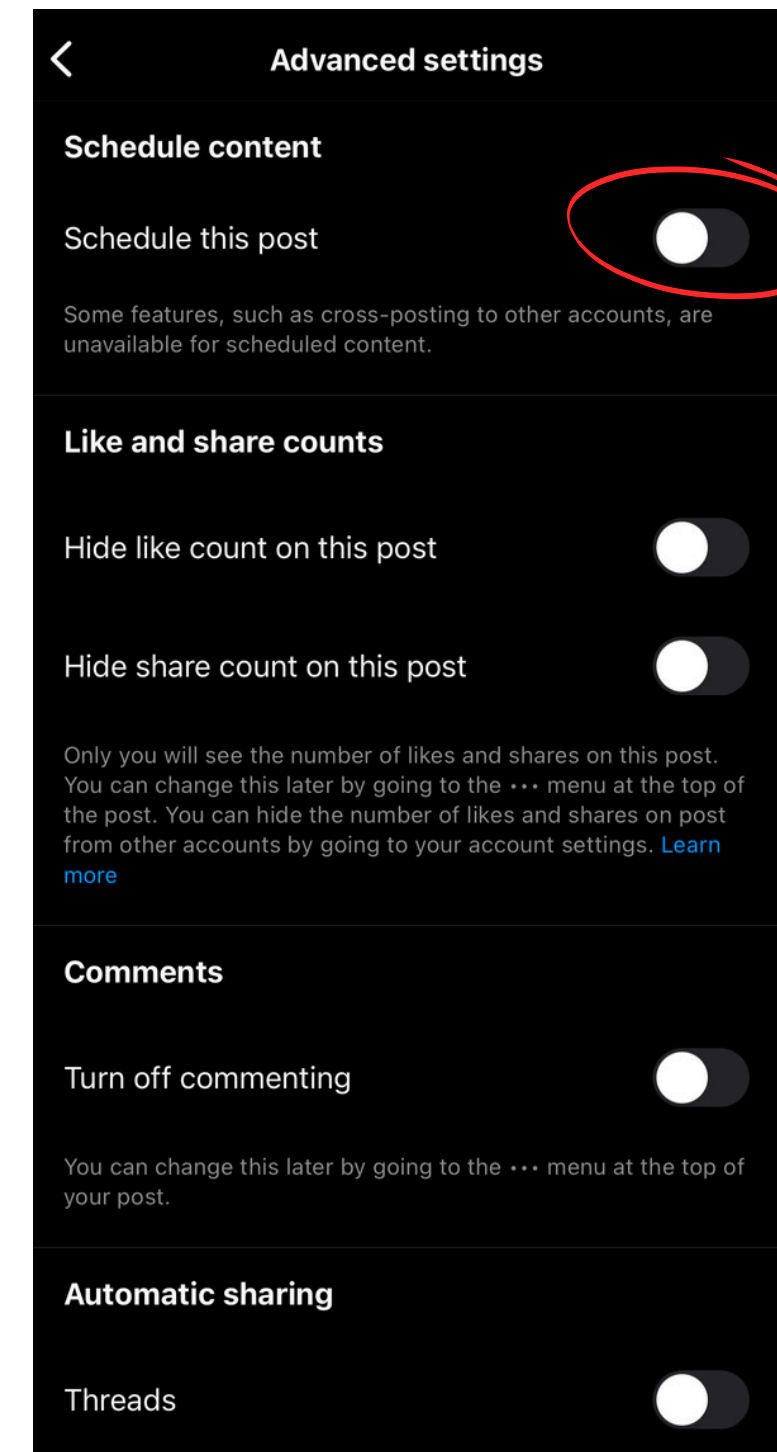
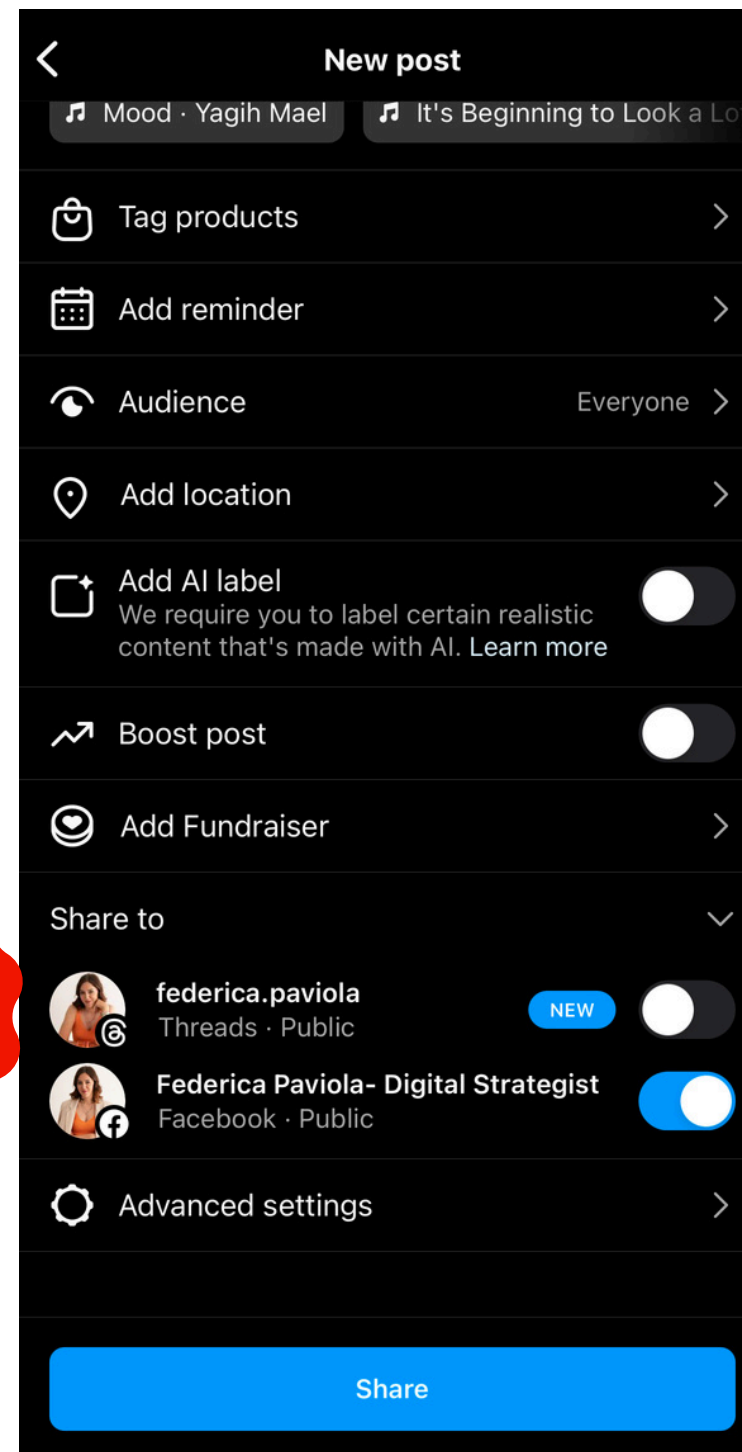
Da qui decidiamo dove pubblicare il contenuto e sotto possiamo inserire testo, luogo ed eventuali collegamenti. In alcuni casi sarà funzionale personalizzare il testo del contenuto.

È possibile procedere alla programmazione anche da cellulare, con queste opzioni:

- usando sempre l'app di Meta Business Suite
- direttamente da Instagram per entrambe
- in ogni app singolarmente



NEW!



04.

HO CHIESTO A CHATGPT

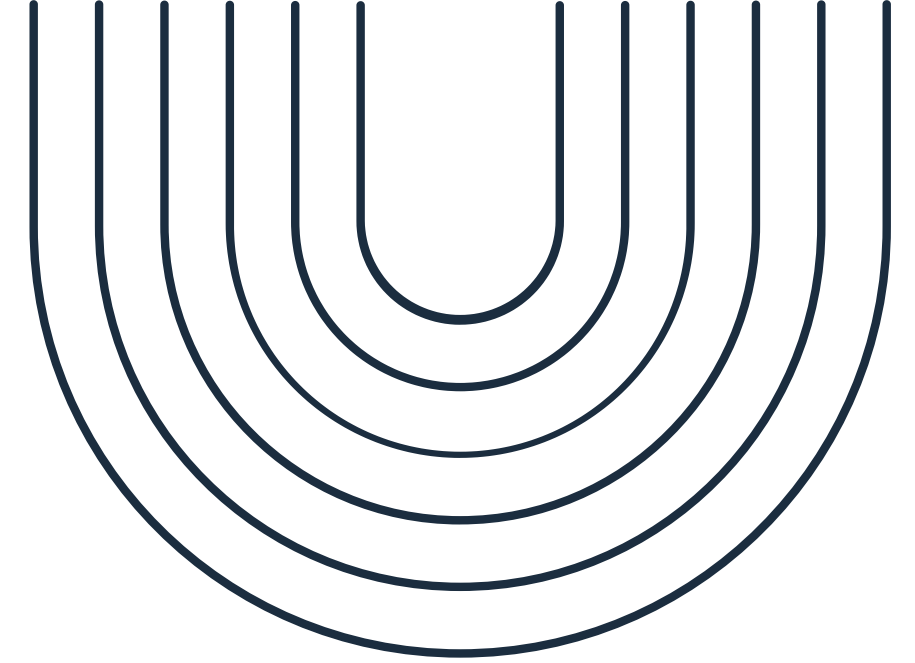
“Quali sono le domande fatte più spesso online riguardo alla programmazione e pubblicazione dei contenuti social?”



1. È meglio utilizzare strumenti gratuiti o a pagamento per la programmazione?
2. Quanto spesso dovrei pubblicare contenuti su Instagram, Facebook o LinkedIn?
3. Come posso bilanciare la pubblicazione tra contenuti promozionali e quelli informativi?
4. Quali sono gli orari migliori per pubblicare su diverse piattaforme?
5. Devo creare contenuti diversi per ogni piattaforma o posso riadattarli?

1. Come gestire i periodi di pausa o ferie senza lasciare i canali social inattivi?
2. Come posso adattare il calendario editoriale se qualcosa di imprevisto accade, come un trend improvviso?
3. Come gestire contenuti stagionali o ricorrenti?
4. Come gestire la programmazione se si lavora in team?
5. È meglio programmare i contenuti in anticipo o lasciarsi spazio per contenuti spontanei?

LE PROSSIME LEZIONI



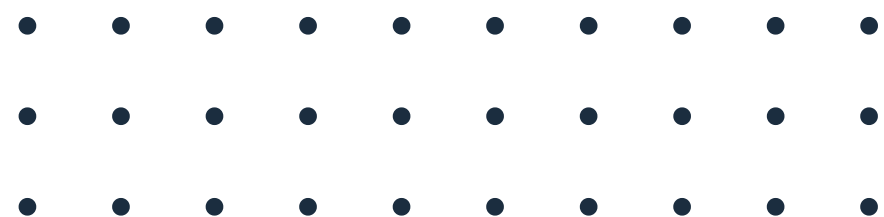
COME TROVARE GLI ARGOMENTI DA
SVILUPPARE SUI SOCIAL



ORGANIZZARE LE PUBBLICAZIONI

03.

LA PUBBLICITÀ SU META E LINKEDIN



GRAZIE

Ci sono domande?

info@federicapaviola.it

www.federicapaviola.it

 [federica.paviola](https://www.instagram.com/federica.paviola)