

# Social & Professional



f



in



Twitter bird icon

*Dal blog ai social network, dal personal branding alla digital reputation:  
come usare al meglio il web per promuovere la propria attività e professione, curare e  
ottimizzare la propria presenza in rete*

Corso di formazione in 4 moduli, da febbraio 2018  
a Milano presso

Worx - il coworking dei liberi professionisti - [worx.it](http://worx.it)

Docente: Rosy Battaglia

info e iscrizioni su [rosybattaglia.it](http://rosybattaglia.it)

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

# **#socialprofessional**

***Like, share and tweet ...***



# Il programma del corso e della giornata

## Primo modulo: Dal Web ai Social Network:

perché, per ora, non possiamo farne a meno e come scegliere quelli più indicati per la nostra professione o passione. Dalla newsletter alla pagina facebook passando per whatsapp e telegram.

## Secondo modulo di 4 ore. Da Medium a Pulse:

come scegliere la piattaforma più adatta per il blog professionale, con alcuni trucchi per la scrittura per il web e la condivisione in rete attraverso i Social e Newsletters.

## Terzo modulo 4 ore: da Facebook a Twitter.

Come usare i Social Network ad uso professionale per informare, informarsi e promuoversi. Come creare pagine e liste. Grammatica del post e di un tweet. E come si usano gli hashtag, sì.

## Quarto Modulo 4 ore: da Linkedin a Instagram:

come creare il profilo perfetto, una rete professionale e promuovere la propria attività. Anche divertendosi.

# Da LinkedIn a Instagram

**Come creare il profilo perfetto, una rete professionale e promuovere la propria attività.**

**Anche divertendosi.**

# *Network, information, interest...*

*Social e chat basati su legami sociali (Facebook, LinkedIn, Whatsapp...)*

*Social basati su interessi comuni (Twitter, Pinterest, Instagram...)*

*Social "ibridi" (Google+)*



# *I Social network, quindi:*

*Sono strumenti di comunicazione e luoghi virtuali di relazione dove esercitare fantasia e creatività*

*Non sostituiscono un sito o un blog ma ne sono la perfetta integrazione permettendoci di diffondere i nostri “content”.*





*Ci “chiedono” di stabilire in base al nostro progetto di comunicazione o azione di Personal branding che profilo tenere, se pubblico o privato.*



## Social Network Buttons

[http://fc02.deviantart.net/fs71/f/2013/179/d/7/free\\_social\\_network\\_icon\\_pack\\_\\_colour\\_\\_by\\_stockdaledesigns-d6b28z8.jpg](http://fc02.deviantart.net/fs71/f/2013/179/d/7/free_social_network_icon_pack__colour__by_stockdaledesigns-d6b28z8.jpg)

# Chi siamo? Social Network Bio

Social Channel	Name	Length	Best Practices
	Bio	160 Characters	<ul style="list-style-type: none"><li>• Populate URL and city in the Twitter profile</li><li>• Consider including a call to action with a link to a landing page</li><li>• Use the background image for more detailed contact info</li><li>• Include keywords for SEO</li></ul>
	Short Description	Determined by Favorite Tiles 4 Tiles - 160 Chars 3 Tiles - 220 Chars 2 Tiles - 255 Chars	<ul style="list-style-type: none"><li>• Add a link to your website or landing page in the short description</li><li>• Include keywords for SEO</li></ul>
	Tagline	10 Words (Recommended but not enforced)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Create a short compelling summary of your business</li><li>• Include keywords for SEO</li></ul>
	Introduction	No limit	<ul style="list-style-type: none"><li>• Add links to your blog and other social channels</li></ul>
	About Us	200 Characters Min 1500 Characters Max	<ul style="list-style-type: none"><li>• Add a headline to the hero image at the top of the page to compensate for the About Us appearing below your posts</li><li>• Include keywords for SEO</li><li>• Reference other tabs to encourage exploration</li></ul>

<https://unbounce.com/social-media/create-click-worthy-social-media-profiles/>

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia



# Sfatiamo gli equivoci su LinkedIn

Non è solo un repository di curriculum

Non è solo un Social Network

Non è automatico trovare lavoro



# Privacy e aggiornamenti in corso

Il social network sta aggiornando l'informativa sulla privacy e sui cookie per adeguarsi al Regolamento Ue sulla Data Protection in vigore dal 25 maggio. Tra le novità: più facile sapere quali dati personali sono in possesso di LinkedIn, esclusione per gli hate speech e basta pubblicità occulta degli influencer, dichiarare se pagata.

<https://www.key4biz.it/gdpr-cambia-linkedin-dall8-maggio/215428/>

# Verificare se può essere utile per costruire la vostra rete



The image shows a screenshot of a website article. At the top left is the CORCOM logo with a search icon. To the right of the logo is a navigation menu with links for Digital Economy, Telco, Industria 4.0, PA Digitale, Finance, Videointerviste, and Privacy. Below the navigation is a category label 'STRATEGIE'. The main title of the article is 'Mercato del lavoro, Facebook alla guerra con LinkedIn'. Below the title is a breadcrumb trail: 'Home > Lavoro E Carriere'. The article text begins with 'L'azienda social investe 1 miliardo di dollari per far leva sull'interesse delle aziende a connettersi con chi è in cerca di impiego. Il punto di forza sarà l'integrazione con Messenger su mobile. Attenzione alla privacy: per il candidato è fondamentale gestire il profilo e i post pubblici'. At the bottom left of the article is the date '01 Mar 2018'.

<https://www.corrierecomunicazioni.it/lavoro-carriere/mercato-del-lavoro-facebook-alla-guerra-linkedin/>

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

# I numeri di LinkedIn

LAVORO

## LinkedIn Italia ha 10 milioni di iscritti È il terzo Paese in Europa per numero di utenti con competenze tech

Intervista a Marcello Albergoni, numero uno del social network professionale in Italia: «lo stesso ho trovato lavoro così. Non esserci significa perdere opportunità»

 Attiva le notifiche di Corriere della Sera

---

---

---

### **CORRIERE DELLA SERA**

EUROPA LEAGUE

#### Arsenal-Milan 3-1: papera di

Donnerstag 29 novembre 2016

[http://www.corriere.it/tecnologia/social/16\\_novembre\\_29/linkedin-italia-ha-10-milioni-iscritti-terzo-paese-europa-numero-utenti-competenze-tech-7e135f34-b65a-11e6-99ac-c46934d0b21c.shtml](http://www.corriere.it/tecnologia/social/16_novembre_29/linkedin-italia-ha-10-milioni-iscritti-terzo-paese-europa-numero-utenti-competenze-tech-7e135f34-b65a-11e6-99ac-c46934d0b21c.shtml)

# 1) Il profilo perfetto

Deve essere completo.

Ogni campo deve essere compilato in modo accurato e meticoloso

Non aver paura di “espandere” competenze ed esperienze anche con link e presentazioni

Individuare colleghi, datori di lavoro che possono fare endorsement o segnalazioni

**Social & Professional**

Dal blog ai social network, dal personal branding alla digital reputation:  
come usare al meglio il web per promuovere la propria attività e professione, curare e ottimizzare la propria presenza in rete

Corso di formazione in 4 moduli, da febbraio 2018 a Milano presso  
Worx - il coworking per professionisti - worx.it  
info@rosybattaglia.it

**Rosy Battaglia**  
Giornalista, formatrice, social media specialist  
Cittadini reattivi • Ordine Nazionale dei Giornalisti  
Milano, Lombardia, Italia • Oltre 500

Data, investigative e civic journalist, sono l'ideatrice di Cittadini Reattivi, progetto di crowdsourcing journalism su salute, ambiente e legalità premiato da Fondazione Ahref nel 2013, che fa parte del Crow...

Visualizza altro

**Percorso professionale e accademico**

- Esperienze di lavoro** 25 posizioni lavorative sul tuo profilo
- Formazione** 9 scuole o università sul tuo profilo
- Esperienze di volontariato** 1 esperienza di volontariato sul tuo profilo

**Competenze**

**Traguardi raggiunti**

Vedi collegamenti (500+)

**Informazioni di contatto e personali**   
Profilo, Siti Web, Telefono, Email, Twitter e IM di Rosy

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

## 2) Il Personal branding

Oltre che dalla descrizione del profilo, nasce dalla nostra consapevolezza, da ciò che siamo, da ciò che vogliamo essere

Per fare capire chi siamo, che cosa diciamo, che cosa condividiamo?

# 3) Rete e networking

Da dove partire?

I gradi di separazione tra contatti

Il riconoscimento delle competenze, gli endorsement



# Il Social Selling Index

<https://www.linkedin.com/sales/ssi>

## Dashboard Social Selling

Condividi il tuo SSI [↗](#)



**Rosy Battaglia**

Giornalista, formatrice, social media specialist

Primo **1** %

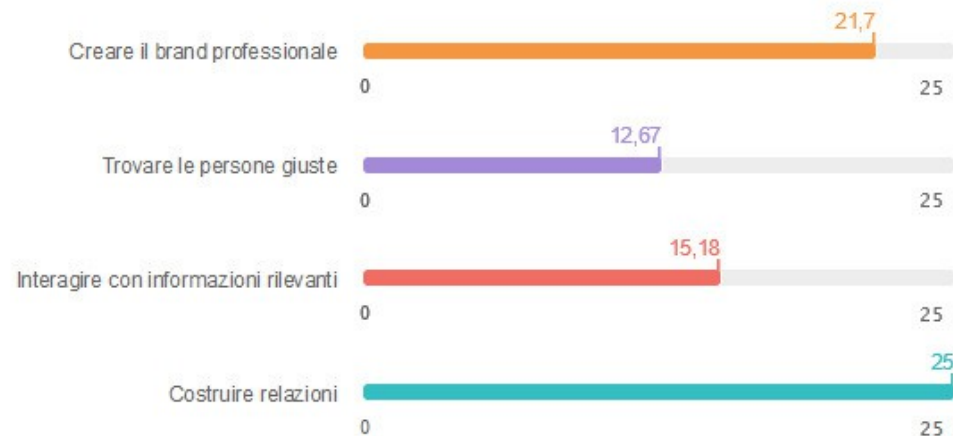
Classifica SSI del settore

Primo **5** %

Classifica SSI della rete

### Social Selling Index – Oggi

Il tuo Social Selling Index (SSI) misura la tua efficacia a stabilire il tuo brand professionale, trovare le persone giuste, interagire con informazioni rilevanti e costruire relazioni. Si aggiorna quotidianamente. [Per saperne di più](#)



Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

# Le parole chiave su LinkedIn

Quelle del nostro profilo

Quelle del nostro settore, in italiano e in inglese

Devono essere utilizzate il più possibile (sempre in modo appropriato, nelle varie sezioni del profilo)

Digital transformation - Download Daniel Newman paper for strategic and clear marketing insi

Aggiungi sezione del profilo

**Social & Professional**

Dal blog ai social network, dal personal branding alla digital reputation: come usare al meglio il web per promuovere la propria attività e professione, curare e ottimizzare la propria presenza in rete

Corso di formazione in 4 moduli da febbraio 2018 a Milano presso Worx - il coworking per professionisti - worx.it

info@rosybatteglia.it



**Rosy Battaglia**

Giornalista, formatrice, social media specialist  
Cittadini reattivi • Ordine Nazionale dei Giornalisti  
Milano, Lombardia, Italia • Oltre 500

Data, investigative e civic journalist, sono l'ideatrice di Cittadini Reattivi, progetto di crowdsourcing journalism su salute, ambiente e legalità premiato da Fondazione Ahref nel 2013, che fa parte del Crow...

Visualizza altro

Modifica il profilo pubblico e l...

Aggiungi il tuo profilo in un'al...

Annuncio

Scopri le ultime offerte di lavoro e notizie

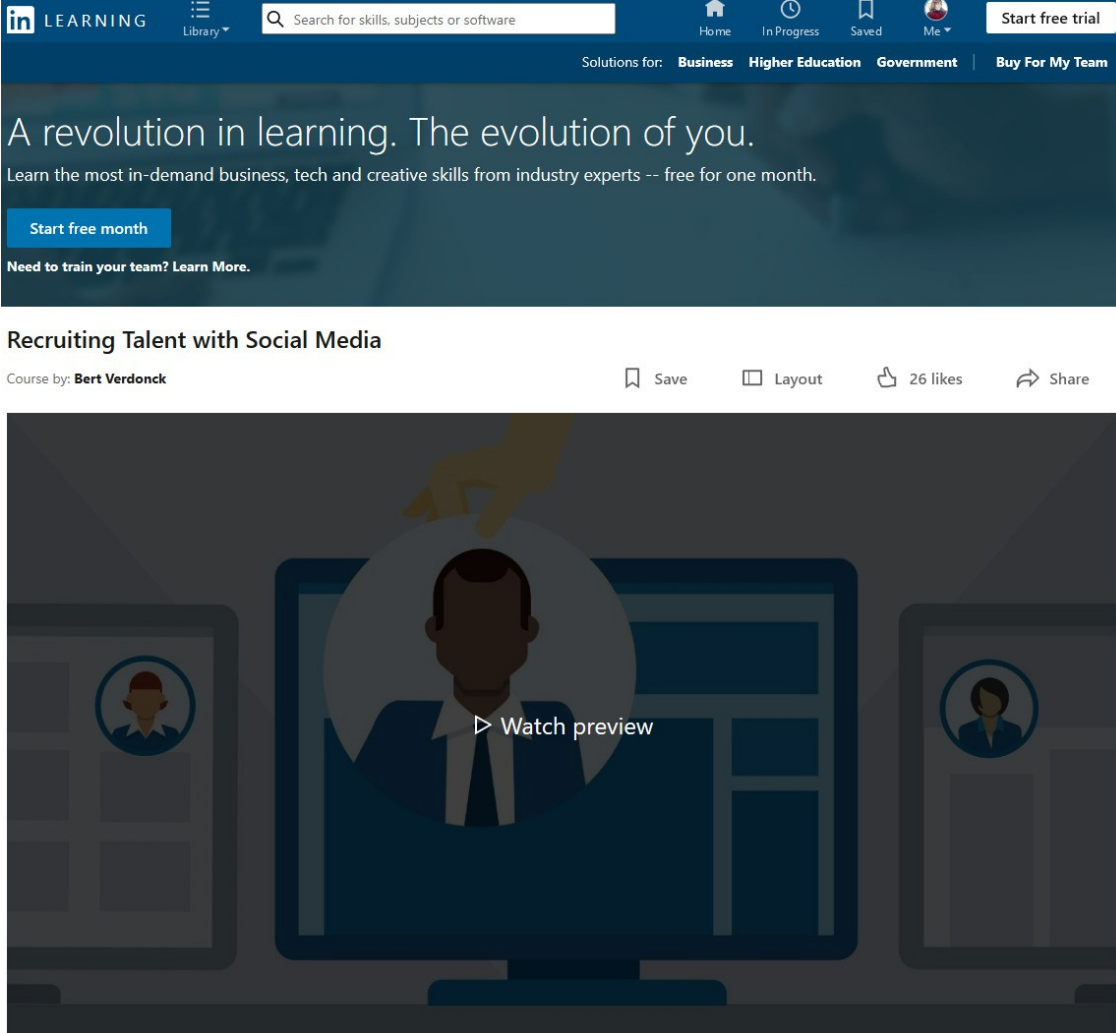
Rosy, scopri le opportunità offerte da Bulgari

Carriera

Vedi collegamenti (500+)

Informazioni di contatto e personali  
Profilo, Siti Web, Telefono, Email, Twitter e

# Formazione sulla piattaforma



The screenshot displays the LinkedIn Learning website. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn Learning logo, a search bar, and navigation links for Home, In Progress, Saved, and Me. A 'Start free trial' button is also present. Below the navigation bar, the main heading reads 'A revolution in learning. The evolution of you.' followed by the text 'Learn the most in-demand business, tech and creative skills from industry experts -- free for one month.' A 'Start free month' button is prominently displayed. Below this, there is a link for 'Need to train your team? Learn More.' The main content area features a course titled 'Recruiting Talent with Social Media' by Bert Verdonck. The course card includes a 'Watch preview' button and a play icon. The background of the course card shows a person in a suit sitting at a desk with multiple computer monitors displaying various icons and data.

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

# Chat, canali e comunicazione mono e bidirezionale

# Telegram VS Whatsapp

1. Registrazione intuitiva e contatti facilmente reperibili
2. Disponibile su qualsiasi piattaforma (altro che WhatsApp Web) e dispositivo anche contemporaneamente
3. Condivisione senza limiti (o quasi)
4. Sicurezza ad altissimo livello
5. Supergruppi ed emoji personalizzabili

<https://www.androidpit.it/telegram-migliore-whatsapp-motivi>

# I canali su Telegram

I canali sono uno strumento per diffondere messaggi pubblici a un ampio pubblico.

Infatti, i canali hanno un numero illimitato di membri. Quando scrivi in un canale, i messaggi vengono marchiati con il nome del canale e non il tuo.

Puoi aggiungere altri amministratori per farti aiutare nel gestire il canale. A differenza dei gruppi, i messaggi eliminati scompaiono per tutti, non solo per te. I nuovi membri possono visualizzare l'intera cronologia del canale quando si uniscono.



# I broadcast su Whatsapp

**Le liste broadcast sono liste salvate di destinatari ai quali puoi inviare messaggi broadcast ripetutamente, senza dover ogni volta selezionare i singoli destinatari.**

<https://faq.whatsapp.com/it/iphone/23782313>

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia



Instagram

# Il boom di Instagram: il Social Network emozionale

700 milioni di utenti che, negli ultimi sette anni, hanno pubblicato 30 miliardi di foto e video



negli ultimi quattro mesi si è registrato un aumento di circa 100 milioni di utenti che non si arresta.

La piattaforma, infatti, registra un tasso di engagement più elevato rispetto ad altri social e raggiunge pubblici più vari rispetto a Facebook o Twitter.

| Trend

# 7 cose che non dovrai mai fare su Instagram quest'anno

Dalle vacanze al mare dell'anno prima, all'utilizzo spropositato di hashtag fino all'abuso di filtri. Ecco tutto quello che non vogliamo più vedere

 Aggiungi ai preferiti Leggi dopo

SHARE

495 

<http://www.ninjamarketing.it/2018/01/23/7-cose-non-fare-instagram/>

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

# E noi che uso ne facciamo?



<http://www.zerocalcare.it/2016/07/29/il-grande-test-sui-social-network/>

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

**Grazie per la vostra attenzione,  
e ora al lavoro!**

@rosybattaglia

[www.rosybattaglia.it](http://www.rosybattaglia.it)

# Riflessioni sul ruolo di chi usa i SN



# La caccia all'influencer e la misura del potere

“Chi sono gli influencer?”

Ma soprattutto, esistono davvero?



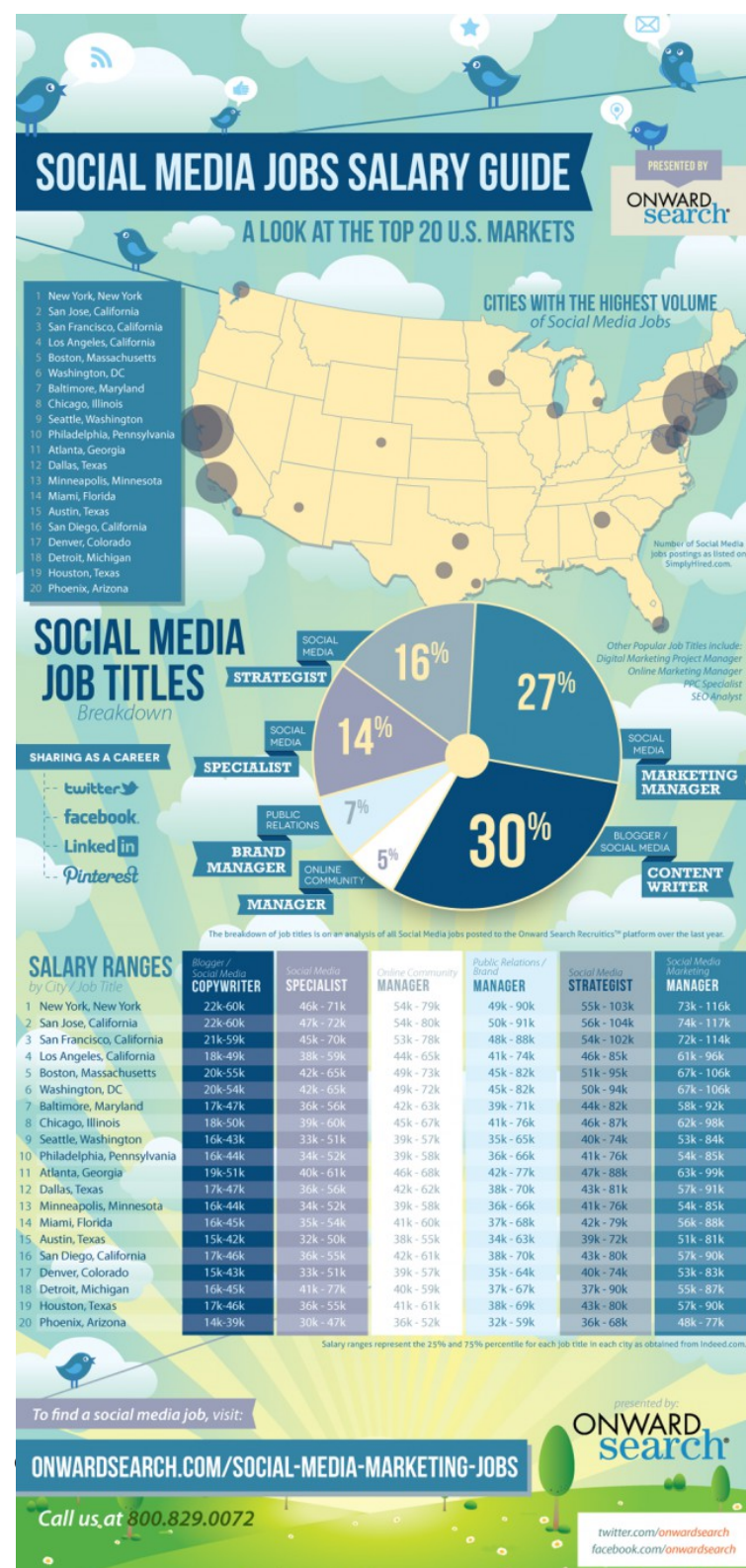
Secondo Daniele Chieffi sono a tutti gli effetti “media”, in grado cioè d’informare il proprio pubblico e d’influenzarne la visione della realtà oltre ad essere anche molto importanti per chi si occupa di Rp, perché sono i veri interlocutori”

[http://www.ferpi.it/ferpi/associazione/notizie\\_ferpi/notizie\\_ferpi/la-caccia-allinfluencer-e-la-misura-del-potere-/notizia\\_ferpi/45030/11](http://www.ferpi.it/ferpi/associazione/notizie_ferpi/notizie_ferpi/la-caccia-allinfluencer-e-la-misura-del-potere-/notizia_ferpi/45030/11)

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

# Le figure professionali nel SMM in U.S.A.

- Blogger
- Social Media Copywriter
- Social Media Specialist
- Online Community Manager
- Public Relation /Brand Manager
- Social Media Strategist
- Social Media Marketing Manager



<http://www.onwardsearch.com> 16 marzo 2018 Social /

# In Italia secondo IWA 21 profili...

The screenshot shows the website of the International Webmasters Association (IWA) Italy. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Cos'è IWA, Attività, Perché associarsi, and Area soci. The main content area features a central box listing 21 professional profiles, organized in three columns. To the left of this box, a text box states that these profiles are effective from February 14, 2013. To the right, there is a section titled 'G3 Web Skills Profiles' which refers to the Generation 3 European ICT Professional Profiles. Below the main content, there is a search bar and a section for verifying the status of an associate.

**dal 14 febbraio 2013**  
i profili di riferimento per chi opera nelle professionalità web

Web Content Specialist	Community Manager	Knowledge Manager
Market Research Analyst	Web Server Administrator	Server Side Web Developer
Functional Analyst	Knowledge Manager	Mobile Application Developer
Digital Strategic Planner	Db Administrator	Online Store Manager
Web Project Manager	Web Security Expert	Frontend Web Developer
User Experience Designer	Creative Information Architect	E-commerce Specialist
Web Account Manager	Web Accessibility Expert	Reputation Manager
Advertising Manager	Search Engine Expert	

**G3 Web Skills Profiles**  
Generation 3 European ICT Professional Profiles  
I requisiti di conoscenza e competenza per identificarsi nei profili lavorativi di riferimento per il Web

**ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE PER LA QUALITÀ DEL WEB ITALIANO**

IWA Italy è un'associazione professionale che raggruppa tutti coloro che operano nel Web, con qualsiasi inquadramento lavorativo, con il fine di valorizzare le competenze degli associati e garantire il rispetto delle regole deontologiche, agevolando la scelta e la tutela degli utenti nel rispetto delle regole sulla concorrenza.

CERCA NEL SITO

VERIFICA ASSOCIATO

Inserire nella casella di seguito il codice dell'associato per verificarne lo status

# Creare relazioni al tempo delle Media Relations



## Influencers *By Leslie Bradshaw & Joe Chernov*

<http://blog.eloqua.com/2018/03/social-professional-by-rosybattaglia>

# La caccia all'influencer e la misura del potere

“Chi sono gli influencer?”

Ma soprattutto, esistono davvero?



Secondo Daniele Chieffi sono a tutti gli effetti “media”, in grado cioè d’informare il proprio pubblico e d’influenzarne la visione della realtà oltre ad essere anche molto importanti per chi si occupa di Rp, perché sono i veri interlocutori”

[http://www.ferpi.it/ferpi/associazione/notizie\\_ferpi/notizie\\_ferpi/la-caccia-allinfluencer-e-la-misura-del-potere-/notizia\\_ferpi/45030/11](http://www.ferpi.it/ferpi/associazione/notizie_ferpi/notizie_ferpi/la-caccia-allinfluencer-e-la-misura-del-potere-/notizia_ferpi/45030/11)

Milano 16 marzo 2018 Social & Professional by @rosybattaglia

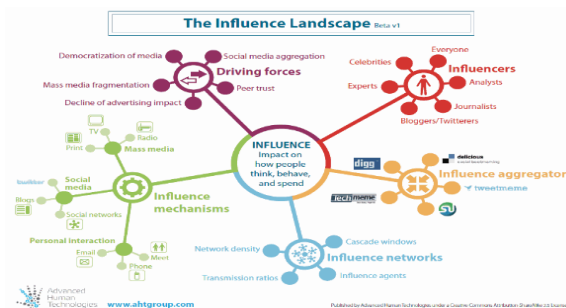


# Opinion leader, gatekeeper o...

Quelli in grado di influenzare (ammesso che questo sia vero) le intenzioni di acquisto

quelli che si comportano da hub informativi, ovvero da gatekeeper, cioè selezionano notizie, le caricano con la propria autorevolezza e le comunicano ai propri follower o membri della community.

Sono, a tutti gli effetti “media”, in grado cioè d’informare il proprio pubblico e d’influenzarne la visione della realtà.



# Influencers e Community

In questo senso il ruolo di un influenzatore è di straordinaria importanza per chi gestisce le PR, in quanto diventa esso stesso in grado di governare e filtrare i flussi informativi e reputazionali all'interno della community della quale è un influencers.

Community che si forma fra persone che condividono idee, opinioni, sensibilità precedenti. In un gruppo così coeso, governare i flussi informativi diventa ancora più strategico, in quanto la visione della realtà che il gatekeeper costruirà, poggerà su un sostrato coeso e omogeneo di idee e sensibilità.



Mil:

& Professional by @rosybattaglia