

PRIMOPIANO



Social Media & Newsletter

25.2.2026

Filippo Tramelli



I social per la comunicazione



DA SOCIAL MEDIA A RECOMMENDATION MEDIA





Se nei social media i contenuti ci venivano proposti principalmente in base alle nostre relazioni sociali, nei recommendation media ci vengono proposti principalmente in base alle raccomandazioni di un algoritmo.



La “tiktokizzazione” dei social

Da “wallet garden” a piattaforme di intrattenimento

Come scrivere sui social



La struttura di un contenuto:

Caption/copy o descrizione

Visual o video

Primopiano Academy
27 ottobre · 🌐

Nome account + logo

Si è concluso ieri il ciclo di corsi gratuiti in presenza organizzati in collaborazione con [Ordine dei Giornalisti della Lombardia](#). Quattro incontri pratici su strumenti, strategie e tecniche per migliorare nella propria professione. 🙌

Grazie ai docenti e a tutti i partecipanti! 🙏

La nostra formazione continua online su:
<https://corsi.primopiano.it> 📄

#formazione #primopiano





A chi stiamo comunicando?

Cosa stiamo comunicando?



KEEP IT
SIMPLE

Rendi il copy semplice

- Frasi brevi
- Parole accessibili
- Spazi tra le righe e tra i paragrafi



KEEP IT
SIMPLE

Rendi il copy accessibile

- Ogni paragrafo non dovrebbe superare le 2-3 righe
- Separare le frasi lunghe
- Se pensi che una parola non venga capita da tutti sostituiscila

~~Problems~~

Solutions

Quale beneficio?

- Trovare il beneficio
- Offrire soluzioni

~~Problems~~

Solutions

Perché mi interessa?

Qual è il beneficio che offro?



Importanza del titolo e della prima riga

- **Prima impressione:** il titolo e la prima riga sono fondamentali per catturare subito l'attenzione dell'utente.
- **Semplificare il messaggio:** i lettori sui social scorrono rapidamente; un buon titolo deve dire molto in poche parole.
- **Creare interesse:** l'obiettivo è incuriosire il lettore, spingerlo a fermarsi e leggere.

Emoji

<https://getemoji.com/>

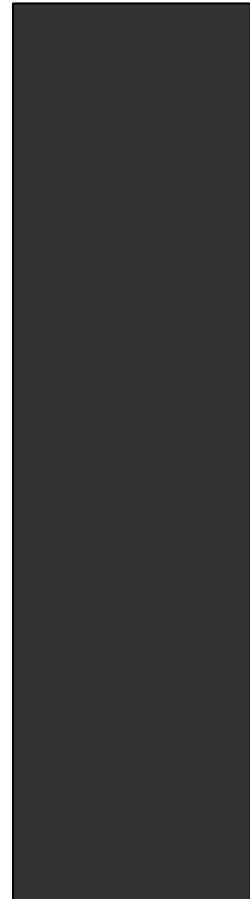




Post organici o
post sponsorizzati?



BREVE O LUNGO?



FEB
2025

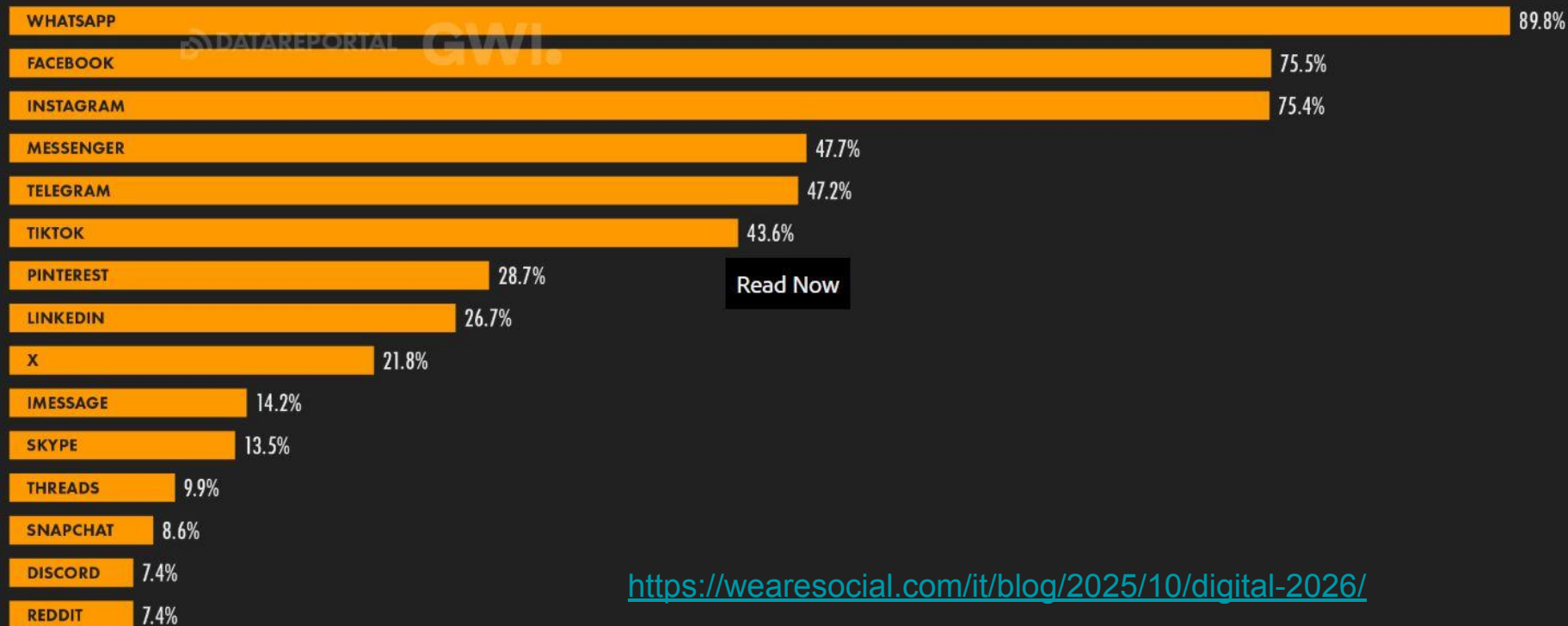
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16+ WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



ITALY



Read Now

<https://wearesocial.com/it/blog/2025/10/digital-2026/>

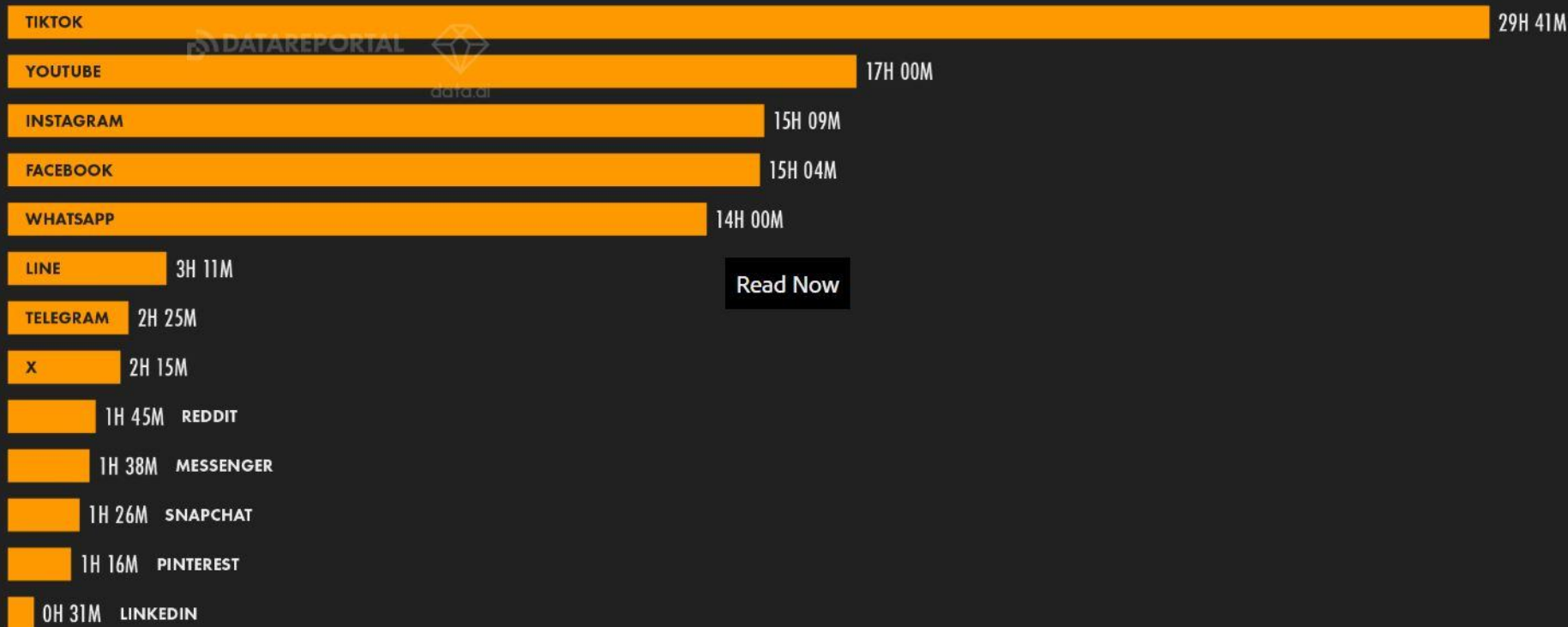
FEB
2025

SOCIAL MEDIA APPS: AVERAGE TIME PER USER

AVERAGE TIME PER MONTH THAT ACTIVE USERS SPENT USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP IN NOVEMBER 2024



ITALY



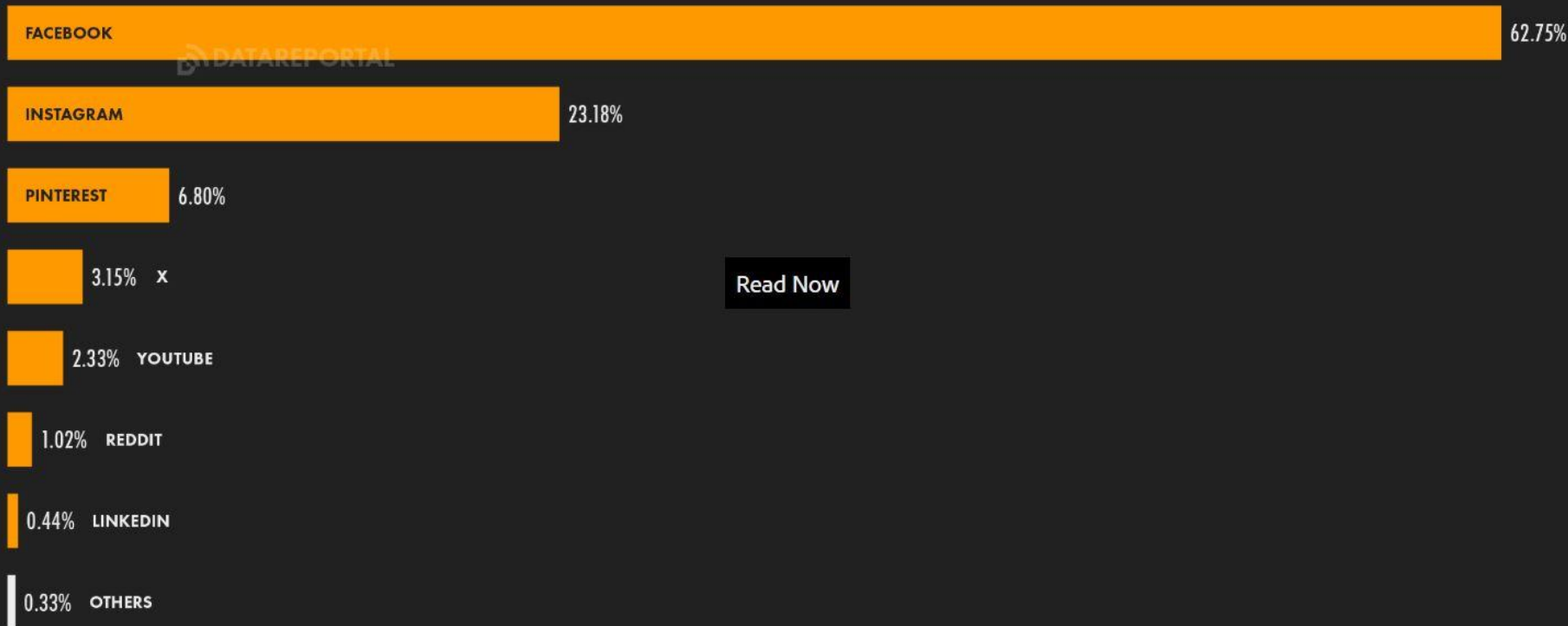
FEB
2025

WEB TRAFFIC REFERRALS FROM SOCIAL MEDIA

SHARE OF WEB TRAFFIC ARRIVING ON THIRD-PARTY WEBSITES VIA CLICKS OR TAPS ON LINKS PUBLISHED IN SOCIAL MEDIA PLATFORMS (ANY DEVICE)



ITALY



[Read Now](#)

FEB
2025

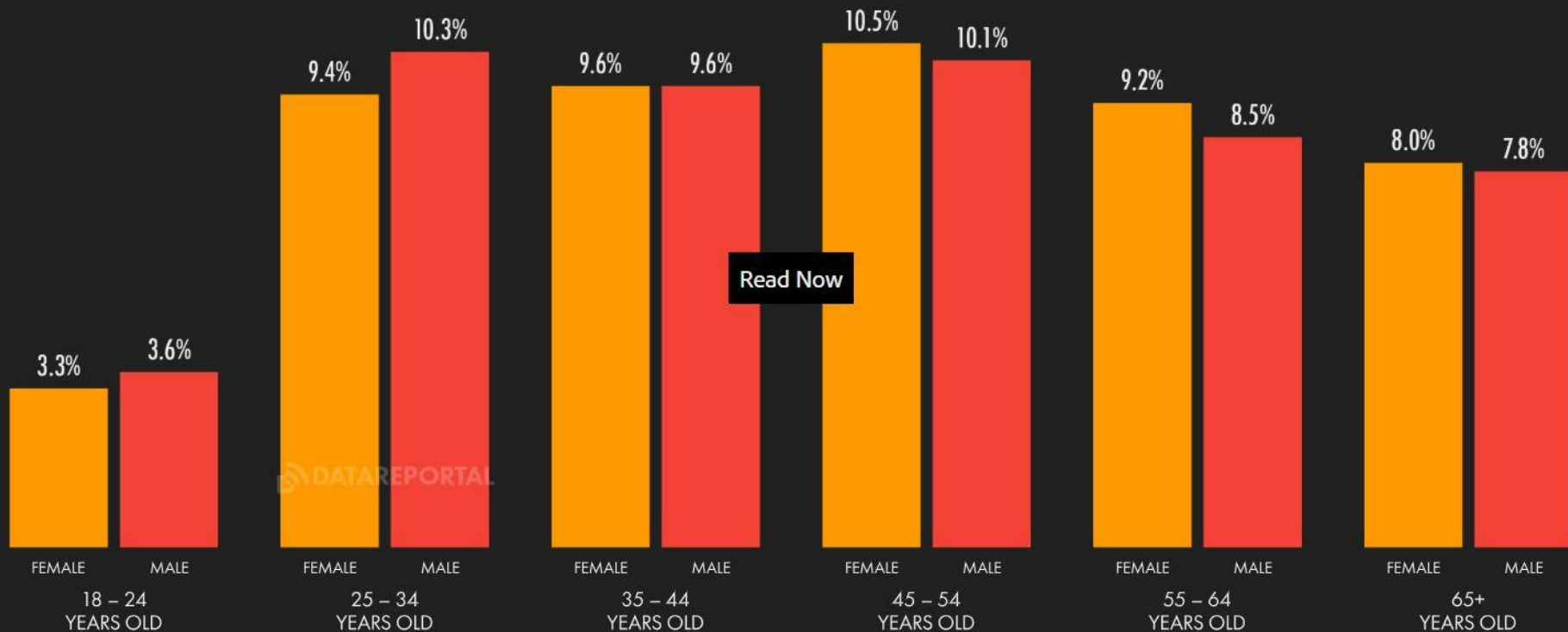
FACEBOOK: ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

SHARE OF FACEBOOK'S ADULT ADVERTISING AUDIENCE AGED 18+ BY AGE GROUP AND GENDER

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



ITALY

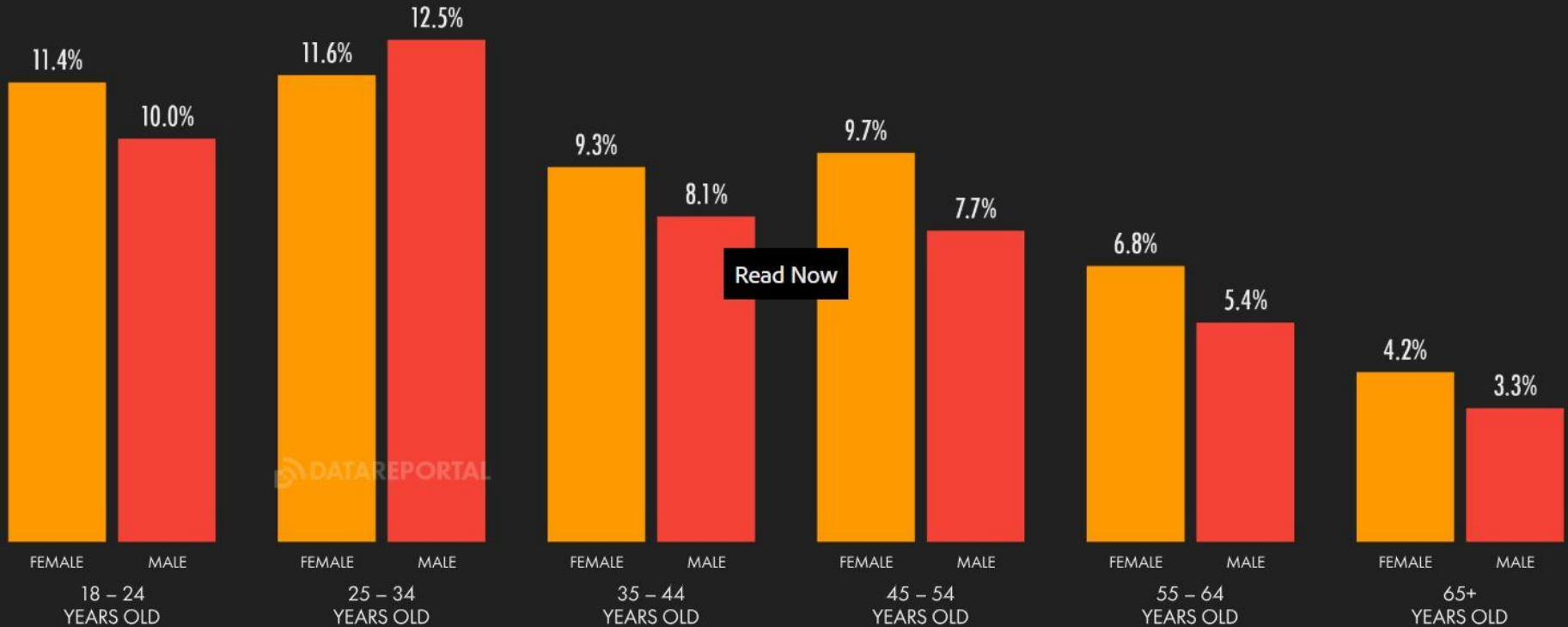


FEB
2025

INSTAGRAM: ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

SHARE OF INSTAGRAM'S ADULT ADVERTISING AUDIENCE AGED 18+ BY AGE GROUP AND GENDER

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



Read Now

DATAREPORTAL

FEB
2025

TIKTOK: ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

SHARE OF TIKTOK'S ADULT ADVERTISING AUDIENCE AGED 18+ BY AGE GROUP AND GENDER

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS

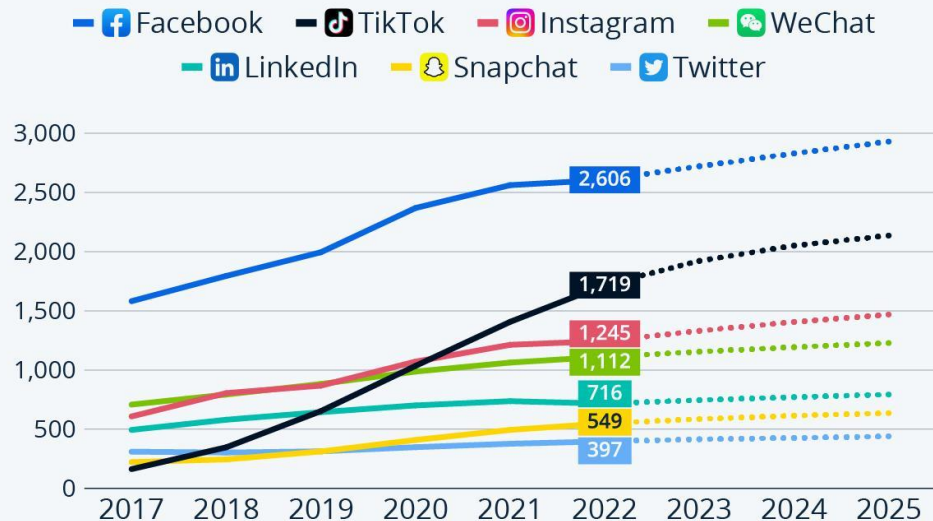


ITALY



The Rapid Rise of TikTok

Number of active users of selected social networks worldwide (in millions)

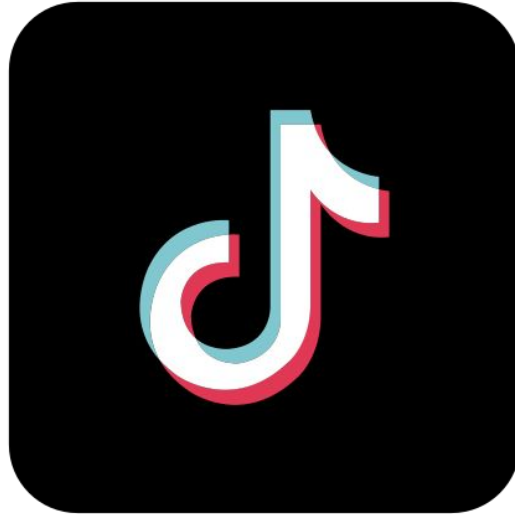


Estimations as of June 2022. Projections from 2023 until 2025.

Source: Statista Advertising & Media Outlook



statista



Alcuni esempi:

[OMS](#)

[Terna](#)

[Iberdrola](#)



COME SCEGLIERE UN SOCIAL?

- **obiettivi di comunicazione**
(informare, coinvolgere, promuovere servizi, gestire emergenze)
- **pubblico di riferimento**
(età, interessi, abitudini digitali)
- **tipo di contenuto**
(testi, immagini, video, audio)
- **risorse disponibili**
(tempo, competenze, budget)
- **caratteristiche della piattaforma**
(funzionalità, algoritmi, tendenze)



ESEMPI

- **Facebook**
comunicazione istituzionale e servizi per un pubblico ampio
- **Instagram**
visual storytelling per eventi e iniziative
- **LinkedIn**
networking professionale e comunicazione B2B
- **WhatsApp**
aggiornamenti rapidi e gestione delle emergenze
- **TikTok**
coinvolgimento creativo per un pubblico giovane



Scoperta vs approfondimento

Come trovare la propria strategia





Trovare la propria strategia

- Quali sono i miei obiettivi?
- A chi sto parlando?
- Dove trovo le persone?
- Cosa devo comunicare?
- Come?



Esempio:

- Quali sono i miei obiettivi?
Far conoscere i servizi per aziende
- A chi sto parlando?
Target professionale B2b
- Cosa devo comunicare?
Nuovo servizio
- Come?
Video/interviste ecc.



Esempio:

- Quali sono i miei obiettivi?
Far conoscere le nuove regole per la raccolta differenziata
- A chi sto parlando?
Target ampio
- Cosa devo comunicare?
Nuovo servizio a loro dedicato
- Come?
ADV mirata



Audience:

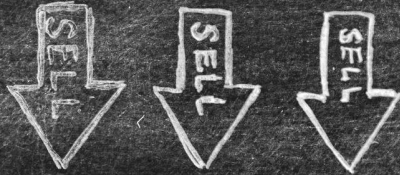
- quali canali utilizza?
- userà sempre quelli?

Gestione dei commenti



Riconoscere e gestire le provocazioni senza alimentare il conflitto

CRISIS



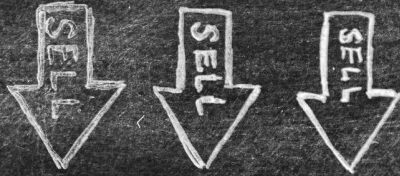
- **Identificare i troll:** spesso i troll scrivono commenti polemici, non costruttivi o fuori tema, con l'obiettivo di provocare reazioni negative. Riconoscere un troll aiuta a non cadere nelle provocazioni.
- **Differenziare tra critica e provocazione:** una critica costruttiva merita una risposta, mentre una provocazione gratuita e fuori contesto può essere ignorata.
- **Non rispondere impulsivamente:** prendere tempo per valutare la natura del commento e decidere se vale la pena rispondere.



Tecniche per rispondere in modo professionale

- **Rispondere con tono istituzionale:** se decidi di rispondere, mantieni un tono rispettoso e professionale, senza entrare nel merito di attacchi personali.
- **Mostrare comprensione senza scusarsi eccessivamente:** un approccio empatico può disinnescare una critica difficile, ma senza trasmettere debolezza.
- **Ignorare se non è costruttivo:** in alcuni casi, ignorare (o nascondere) il commento è la scelta migliore, soprattutto se la risposta non porterebbe valore.
- **Rispondere una sola volta:** dare una risposta chiara e limitarsi a quella per evitare una discussione prolungata. Valutare se portare la conversazione in privato

CRISIS






In caso di grave crisi

- Definire la strategia e il piano di comunicazione
- Supervisionare e contribuire alla corretta attivazione degli stakeholder

Moderazione dei commenti



-  Dashboard per professionisti
-  Insights
-  Gestione inserzioni
-  Crea inserzioni
-  Promuovi un post di Instagram
-  **Impostazioni**
- Altri strumenti** 
Gestisci la tua azienda nelle app di Meta.
-  Meta Verified
-  Centro per clienti potenziali 
-  Meta Business Suite  4



Cerca su Facebook



Impostazioni e privacy

Cerca nelle impostazioni

Dettagli della Pagina

Come possono trovarti e contattarti le persone

Post

Storie

Configurazione della Pagina

Reels

Follower e contenuti pubblici

Pagina e aggiunta di tag

Bloccare qualcuno

Pagamenti

Gestisci le tue informazioni e attività di pagamento.

Pagamenti delle inserzioni

Informazioni pubbliche della Pagina

Tutti



Mostra commenti più pertinenti per primi

Quando la classificazione dei commenti è attivata, nei tuoi post vedrai per primi i commenti più pertinenti.



Anteprime fuori da Facebook

Abilita le anteprime quando i post dei gruppi pubblici sono condivisi fuori da Facebook. Le anteprime possono includere il tuo nome utente, la tua immagine del profilo e qualsiasi altro contenuto dal tuo post originale.



Nascondi i post e i commenti contenenti volgarità

Puoi scegliere di nascondere i post e i commenti contenenti volgarità sulla tua Pagina. Facebook nasconderà le parole e le frasi offensive segnalate più comunemente. I commenti nascosti con queste parole rimangono visibili alle persone che li hanno scritti e ai loro amici. Per tutti gli altri, non sono più visibili.



Nascondi i commenti che contengono determinate parole dalla tua Pagina

No



Limitazioni in base al Paese



Limitazioni in base all'età

Tutti





Cerca su Facebook



Impostazioni e privacy

Cerca nelle impostazioni

Dettagli della Pagina

Come possono trovarti e contattarti le persone

Post

Storie

Configurazione della Pagina

Reels

Follower e contenuti pubblici

Pagina e aggiunta di tag

Bloccare qualcuno

Pagamenti

Gestisci le tue informazioni e attività di pagamento.

Pagamenti delle inserzioni

Informazioni pubbliche della Pagina

Tutti

Mostra commenti più pertinenti per primi

Quando la classificazione dei commenti è attivata, nei tuoi post vedrai per primi i commenti più pertinenti.



Anteprime fuori da Facebook

Abilita le anteprime quando i post dei gruppi pubblici sono condivisi fuori da Facebook. Le anteprime possono includere il tuo nome utente, la tua immagine del profilo e qualsiasi altro contenuto dal tuo post originale.



Nascondi i post e i commenti contenenti volgarità

Puoi scegliere di nascondere i post e i commenti contenenti volgarità sulla tua Pagina. Facebook nasconderà le parole e le frasi offensive segnalate più comunemente. I commenti nascosti con queste parole rimangono visibili alle persone che li hanno scritti e ai loro amici. Per tutti gli altri, non sono più visibili.



Nascondi i commenti che contengono determinate parole dalla tua Pagina

No



Limitazioni in base al Paese



Limitazioni in base all'età

Tutti





Cerca su Facebook



Impostazioni e privacy

Cerca nelle impostazioni

Dettagli della Pagina

Come possono trovarti e contattarti le persone

Post

Storie

Configurazione della Pagina

Reels

Follower e contenuti pubblici

Pagina e aggiunta di tag

Bloccare qualcuno

Pagamenti

Gestisci le tue informazioni e attività di pagamento.

Pagamenti delle inserzioni

Informazioni pubbliche della Pagina

Tutti

Mostra commenti più pertinenti per primi

Quando la classificazione dei commenti è attivata, nei tuoi post vedrai per primi i commenti più pertinenti.

Anteprime fuori da Facebook

Abilita le anteprime quando i post dei gruppi pubblici sono condivisi fuori da Facebook. Le anteprime possono includere il tuo nome utente, la tua immagine del profilo e qualsiasi altro contenuto dal tuo post originale.

Nascondi i post e i commenti contenenti volgarità

Puoi scegliere di nascondere i post e i commenti contenenti volgarità sulla tua Pagina. Facebook nasconderà le parole e le frasi offensive segnalate più comunemente. I commenti nascosti con queste parole rimangono visibili alle persone che li hanno scritti e ai loro amici. Per tutti gli altri, non sono più visibili.

Nascondi i commenti che contengono determinate parole dalla tua Pagina

No

Limitazioni in base al Paese

Limitazioni in base all'età

Tutti



Cerca su Facebook



Impostazioni e privacy

Cerca nelle impostazioni

Dettagli della Pagina

Come possono trovarti e contattarti le persone

Post

Storie

Configurazione della Pagina

Reels

Follower e contenuti pubblici

Pagina e aggiunta di tag

Bloccare qualcuno

Pagamenti

Gestisci le tue informazioni e attività di pagamento.

Pagamenti delle inserzioni

Informazioni pubbliche della Pagina

Tutti

Mostra commenti più pertinenti per primi

Quando la classificazione dei commenti è attivata, nei tuoi post vedrai per primi i commenti più pertinenti.

Anteprime fuori da Facebook

Abilita le anteprime quando i post dei gruppi pubblici sono condivisi fuori da Facebook. Le anteprime possono includere il tuo nome utente, la tua immagine del profilo e qualsiasi altro contenuto dal tuo post originale.

Nascondi i post e i commenti contenenti volgarità

Puoi scegliere di nascondere i post e i commenti contenenti volgarità sulla tua Pagina. Facebook nasconderà le parole e le frasi offensive segnalate più comunemente. I commenti nascosti con queste parole rimangono visibili alle persone che li hanno scritti e ai loro amici. Per tutti gli altri, non sono più visibili.

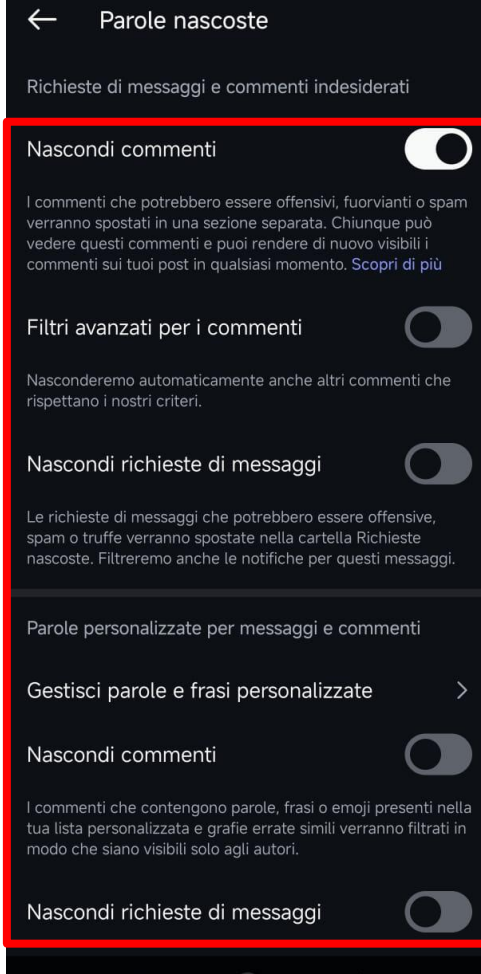
Nascondi i commenti che contengono determinate parole dalla tua Pagina

No

Limitazioni in base al Paese

Limitazioni in base all'età

Tutti







Social Media Policy: 3 esempi

- [NoiPa](#)
- [AGID](#)
- [Ministero del Lavoro](#)

REPORT



Analisi report e monitoraggio dei KPI su Meta

 Meta



Insights

 Panoramica

 Risultati

 **Contenuti**

 Pubblico

 Benchmark

Glossario

- **Copertura (c.d. reach):** indica il numero di utenti unici che hanno visualizzato il nostro contenuto
- **Impression:** indica il numero volte totale in cui un contenuto è stato visualizzato anche dallo stesso utente
- **Interazione (c.d. engagement):** reazioni (cfr “Mi Piace”), click sul link, commento o condivisione, salvataggi, visualizzazioni 3 sec.
- **Engagement rate** (%: $\text{interazione} / \text{copertura} \times 100$)

Glossario

- **CTR (Click Through Rate)** tasso di clic sul link
- **CPM** (Costo per mille visualizzazioni di un'inserzione)
- **CPL** (Costo per Lead)
- **CPC** (Costo per click)

SOCIAL MEDIA KPI (Key Performance Indicator)

- Brand Awareness

KPI quantitativi: persone raggiunte/impression/frequenza

KPI qualitativi: demo persone raggiunte

SOCIAL MEDIA KPI (Key Performance Indicator)

- Acquisizione contatti

KPI: Costo per Lead (CPL), Conversion Rate (CR), n° lead acquisite

KPI qualitativi: n° lead in target

SOCIAL MEDIA KPI (Key Performance Indicator)

- Integrare varie fonti di dati (es Google Analytics o Matomo)

OBIETTIVI PRINCIPALI PER CAMPAGNE

	Obiettivo principale	KPI
Awareness/notorietà	Far conoscere il brand	<ul style="list-style-type: none">• Copertura (qualificata) paid/organic• Impression (qualificate) paid/organic• Fan/follower (qualificati)• Frequenza
Considerazione	Generare interesse nei confronti di un brand, località o servizio	<ul style="list-style-type: none">• Interazioni• Visite al sito/traffico• Visualizzazioni video• Richieste info• Salvataggi
Conversione	Generare contatti/vendite	

Report non professionali

- Insieme di screenshot o l'estrazione grezza dei dati
- Report non periodico
- Cambiare ogni mese le metriche di controllo

Report professionali

- Non contano solo like e interazioni
- Vengono definite le metriche di cui tenere conto in base agli obiettivi
- Report periodico, per valutare l'andamento delle campagne e tenere al corrente il cliente



Bozza Report EXCEL

Home

Accedi una panoramica della tua azienda e vedi gli aggiornamenti importanti.



Primopiano Academy

Gestisci Pagina Facebook | Accedi a Instagram

Crea post

Crea reel

Altro ▼

Lista delle cose da fare

Controlla i messaggi non letti, i commenti e altri contenuti che potrebbero richiedere la tua attenzione.

Commenti

Mostra tutto ▲

trame80 👍👍👍👍👍👍👍👍👍 e altre 2 persone 47 sett.

Attività



Le Condizioni verranno aggiornate a gennaio

Il 3 gennaio 2023 aggusteremo le Condizioni per le inserzioni self-service.

Leggi le condizioni

<https://business.facebook.com/>

Come collegare l'account Instagram a Meta Business Suite?

PRIMOPIANO

Primopiano Academy

Gestisci Pagina Facebook | Accedi a Instagram

Crea post

Crea reel

Altro

Lista delle cose da fare

Controlla i messaggi non letti, i commenti e altri contenuti che potrebbero richiedere la tua attenzione.

Commenti Mostra tutto

trame80 👍👍👍👍👍👍👍👍 e altre 2 persone 47 sett.

Attività

Le Condizioni verranno aggiornate a gennaio

Il 3 gennaio 2023 aggusteremo le Condizioni per le inserzioni self-service.

Leggi le condizioni



Crea

- Post
- Storia
- Trasmetti in diretta
- Inserzione



🔍 Cerca tutti gli strumenti per parole chiave

Coinvolgimento pubblico

- Contenuti**
Programma, pubblica e gestisci i post e le storie, crea bozze di post e accedi alle foto di Facebook.
- Dashboard per le dirette**
Gestisci i contenuti delle tue dirette e dei tuoi video di gaming, ottieni insight, configura gli strumenti della chat e molto altro.
- Feed business**
Segui e interagisci con professionisti come te per trovare nuove idee per coinvolgere il tuo pubblico.
- Posta**
Rispondi ai messaggi e ai commenti, configura risposte automatiche e assegna le conversazioni.
- Strumento di pianificazione**
Pianifica il tuo calendario di marketing creando, programmando e gestendo i tuoi contenuti.

Gestisci

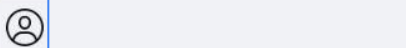
- App business**
Collega la tua Pagina Facebook alle app che ti aiuteranno a gestire e far crescere la tua azienda.
- Fatturazione e pagamenti**
Paga le inserzioni, gestisci le informazioni di fatturazione e visualizza la tua attività di pagamento.
- Home dell'assistenza per le aziende**
Gestisci e risolvi i problemi che interessano la tua azienda in Home dell'assistenza per le aziende.
- Impostazioni**
Gestisci il tuo account business di Meta, compresi gli account, le origini dei dati e le persone che ci lavorano.
- Impostazioni della Pagina**
Gestisci i ruoli nella Pagina, i collegamenti di Instagram e WhatsApp e altre informazioni associate alla tua Pagina.



Cerca su Facebook



Impostazioni



Privacy

Nuova esperienza delle Pagine

Notifiche

Account collegati

Video

Contenuti brandizzati

Impostazioni generali della Pagina


Nome

Nome utente



Account collegati

 Instagram

 WhatsApp

Instagram






Collega la tua Pagina Facebook a un account Instagram per professionisti. Se colleghi un account Instagram personale, verrà cambiato in un account per professionisti. [Scopri di più](#)

[Collega account](#)

Ottieni più funzioni su Facebook e Instagram

A seconda del loro accesso alla tua Pagina Facebook e al tuo account Instagram, le persone possono contribuire a gestire elementi su Facebook e Instagram come:

-  Contenuti e inserzioni
-  Messaggi e commenti
-  Insights



Puoi collegare solo un account Instagram per professionisti a una Pagina Facebook.

Per ottenere altre funzioni, dovrai collegare la tua Pagina Facebook a Instagram. A seconda della loro assegnazione, le persone che contribuiscono a gestire la tua Pagina possono ottenere l'accesso per contribuire a gestire elementi su Facebook e Instagram come:



Contenuti e inserzioni



Insights



Messaggi e commenti



Impostazioni e autorizzazioni

Puoi controllare i ruoli nelle [impostazioni della Pagina Facebook](#)

È possibile collegare solo una Pagina a un account Instagram!

Collega

Monitorare i competitor

Canada

All ads

vancouver



<https://www.facebook.com/ads/library/>

Filters

Launched February 2022



The Vancouver Sun with WiiBid
Sponsored

WiiBid's digital mortgage marketplace provides fast and convenient access to customized solutions at the lowest rates.



Aquatech Vancouver
Sponsored

Do you own a home in Vancouver? 🏠 This one's for you! 📺

Convert to a heat pump system now and get up to \$16,000 back in rebates – YES, \$16,000 BACK!!

A heat pump is the perfect appliance for your home, it works as a heater for winter ❄️ and air conditioner for summer ☀️!...

Vancouver's
HEAT PUMP SPECIALISTS

Only the best for your home, #1 rated heat pump system in the industry.



The Vancouver Sun with WiiBid
Sponsored

Canadian homeowners 55+ can use reverse mortgages to access up to 65 per cent of their home's value and turn it into tax-free cash.



NEWSLETTER



STATISTICHE

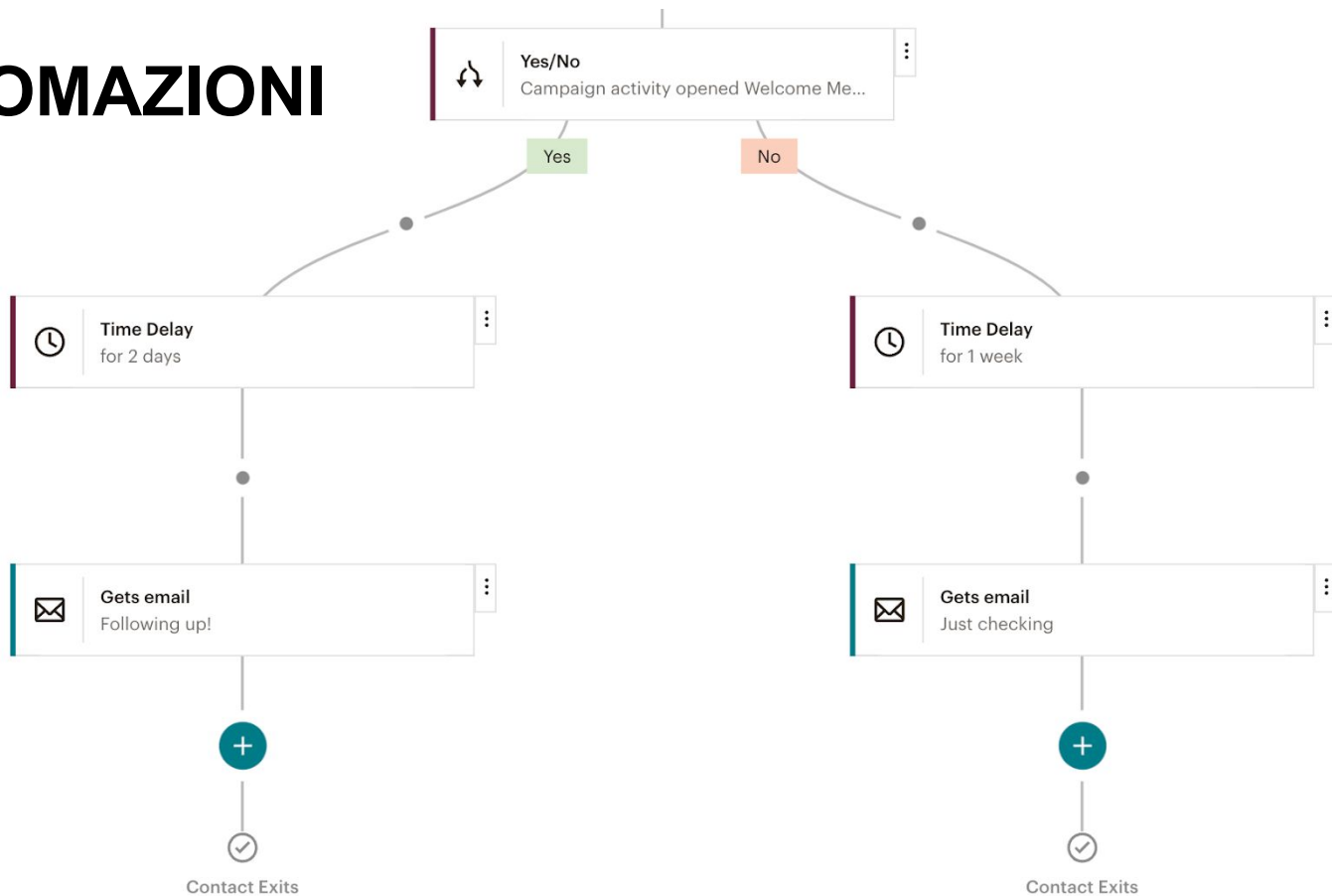
- L'email marketing genera in media **42€** per ogni euro investito.
- Circa il 60% delle email viene letto ogni giorno da mobile.
- L'81% delle PMI dichiara di usare l'email marketing per raggiungere i propri clienti.
- L'82% dei marketer in tutto il mondo si serve dell'email marketing per comunicare con i propri clienti.
- Il 99% degli utenti dichiara di controllare la propria casella almeno una volta al giorno.
- I professionisti del marketing hanno riscontrato un aumento del 760% del fatturato grazie alla costruzione di liste email e all'utilizzo di campagne email.
- La metà della popolazione mondiale possiede un indirizzo email, con un totale di 4,48 miliardi di account a livello globale.
- 4 su 5 marketer dichiarano di preferire l'email marketing ai social media.

[FONTE](#)



ActiveCampaign ➤

AUTOMAZIONI



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



facebook.com/f.tramelli



@trame80



Linkedin.com/in/filippotramelli



filippo.tramelli@primopiano.it
corsi@primopiano.it