

# I social nella comunicazione pubblica.

## L'ESPERIENZA DEL CENTRO NAZIONALE TRAPIANTI

DANIELA STORANI

UFFICIO COMUNICAZIONE CENTRO NAZIONALE TRAPIANTI -ISS

REGIONE LAZIO 17-10-2017



Centro Nazionale Trapianti

ISTITUTO SUPERIORE DI SANITÀ

# Le campagne di comunicazione pubblica e sociale

QUANTI RICORDANO ALMENO UNA CAMPAGNA SUI TEMI DELLA SALUTE E SANITÀ?

- Sì, me la ricordo, **29%**
- Sì, ma non ricordo molto bene **58%**
- No, **13%**

**L'87%** degli interpellati ha, in qualche modo, presente una o più campagne di comunicazione

Sondaggio dell'Istituto Eumetra Monterosa di Milano di aprile 2017  
(questionario con metodo CAWI a 400 cittadini >17 anni)

# Le campagne di comunicazione pubblica e sociale

LE CAMPAGNE SUL TEMA SALUTE INFLUENZANO I COMPORTAMENTI DELLE PERSONE? IL PARERE E':

- Molto, **12%**
- Abbastanza, **59%**
- Poco, **28%**
- Per nulla, **1%**

**L'71%** degli interpellati ritiene che le campagne sociali sui temi della salute influenzino di fatto, ove più ove meno, le scelte dei cittadini

Sondaggio dell'Istituto Eumetra Monterosa di Milano di aprile 2017 (questionario con metodo CAWI a 400 cittadini >17 anni)

# Le campagne di comunicazione pubblica e sociale

E' UTILE CHE LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI PROMUOVANO CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE SULLA SANITA' E SULLA SALUTE?

- Molto, 36%
- Abbastanza, **46%**
- Poco, **17%**
- Per nulla, **1%**

L'**83%** degli interpellati ritiene che le campagne sociali sui temi della salute contribuiscano in qualche modo al benessere delle persone

Sondaggio dell'Istituto Eumetra Monterosa di Milano di aprile 2017  
(questionario con metodo CAWI a 400 cittadini >17 anni)

# Le campagne di comunicazione pubblica e sociale

## QUALI STRUMENTI ADOTTARE?

- TV e radio, 75%
- Web = Social media, 53%** (tra i 18-24enni si arriva al 70%)
- Brochure, materiale informativo, **36%**
- Stampa, **31%**
- Cartellonistica, **26%**
- numero Verde, **22%**
- Urp e punti informativi, **17%**

Sondaggio dell'Istituto Eumetra Monterosa di Milano di aprile 2017 (questionario con metodo CAWI a 400 cittadini >17 anni)

# La comunicazione in sanità: COME E' CAMBIATA?

- **IL WEB 2.0 E I SOCIAL MEDIA**  
UN CAMBIAMENTO «EPOCALE»
- **INTERNET**  
HA RESO ACCESSIBILE UNA ENORME QUANTITA' DI INFORMAZIONI. HA CAMBIATO LA RELAZIONE MEDICO PAZIENTE
- **COMUNICARE**  
OFFRIRE INFORMAZIONI ED ELEMENTI UTILI PER UN CONVINCIMENTO E ORIENTAMENTO DEL CITTADINO

# IL WEB: pro e contro

- **riduce** la comunicazione verbale
- **privilegia l'immagine, l'effetto...**(nel 2019, si prevede che la metà dei dati circolanti su web saranno contenuti video)
- **moltiplica le fonti di informazione**, gli strumenti, le piattaforme, le forme di interazione e verifica
- **il paziente diventa soggetto attivo** nel rapporto di interazione con il medico

# Come comportarsi?

**Si può scegliere come stare sui social  
NON SI PUO' NON ESSERCI**

- no improvvisazione
- una accurata regia



# PIANIFICAZIONE STRATEGICA

- DEFINIZIONE DEL PUBBLICO (GENERICO, DI PARI)
- IDENTIFICAZIONE DEGLI OBIETTIVI (COGNITIVI, COMPORTAMENTALI, AFFETTIVI)
- ANALISI DEL CONTESTO
- IDENTIFICAZIONE DEI CANALI (QUALE SOCIAL MEDIA PER QUALE MESSAGGIO)
- DEFINIZIONE DEL BUDGET

# PIANIFICAZIONE OPERATIVA

- DEFINIZIONE DELLA TIPOLOGIA DI MESSAGGI (PROMOZIONE, PERSUASIONE, AGEVOLAZIONE)
- SEGMENTAZIONE DEL PUBBLICO (INDIFFERENZIATA, DIFFERENZIATA, CONCENTRATA)
- DEFINIZIONE DI STILI (EDUCATIVO, INFORMATIVO, DI INTRATTENIMENTO)
- DEFINIZIONE DEI TEMPI
- DEFINIZIONE DI RISORSE UMANE, RUOLI E ATTIVITÀ
- DEFINIZIONE DEL PIANO EDITORIALE (PRESENZA COSTANTE)

# CONSIGLI

- USARE UN APPROCCIO SISTEMICO PER COMUNICARE LA SALUTE. IN ALTRE PAROLE, RICONOSCERE CHE LA COMUNICAZIONE SCIENTIFICA FA PARTE DI UNA PIÙ AMPIA RETE DI INFORMAZIONI E DI PREMESSE CHE INFLUENZANO CIÒ CHE LE PERSONE E LE ORGANIZZAZIONI PENSANO E FANNO.
- CONSIDERARE L'IMPATTO DEI SOCIAL MEDIA, SIA ESSO POSITIVO CHE NEGATIVO.
- LAVORARE PER COMPRENDERE MEGLIO QUANDO E COME COMUNICARE SU QUESTIONI CONTROVERSE

# LA NOSTRA ESPERIENZA



Centro Nazionale Trapianti

 ISTITUTO SUPERIORE DI SANITÀ



**MAGGIO 2014, LO SBARCO SULLA RETE**

**1**

**INFORMARE GLI UTENTI SU COME DICHIARARE LA  
PROPRIA VOLONTÀ SULLA DONAZIONE**

- Call to action
- Promozione della donazione

**2**

**INFONDERE FIDUCIA NEL NOSTRO SISTEMA TRAPIANTI**

- Sicurezza delle procedure, con particolare riferimento alla morte cerebrale
  - Trasparenza di tutti i processi
- Eccellenze dei Centri e degli operatori

**3**

**PROMUOVERE GLI EVENTI DELLA CAMPAGNA**

# SONOUNDONATORE.IT

CAMPAGNA NAZIONALE SU DONAZIONE E TRAPIANTO DI ORGANI, TESSUTI E CELLULE PROMOSSA DA:



IN COLLABORAZIONE CON



ho Fegato,  
ho Cuore  
e Cervello.

PER QUESTO SONOUNDONATORE.IT

Ad oggi, martedì 12 Gennaio

3 4 1 5 5 6 3  
persone hanno deciso.



Non serve essere un eroe. Come Funziona? Ho deciso. Una vita tutta nuova. Cosa posso donare?

## NON SERVE ESSERE UN EROE PER SALVARE DELLE VITE. Cosa vuoi dire donare?

Lorem Ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

rum. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat.

Condividi la tua scelta con il nostro gioco Facebook.



## FINALMENTE SO COSA VOGLIO. Come faccio a dirlo?

213099 ha dichiarato SÌ



12988 ha dichiarato NO

ASL

COME ?

SCOPRI

AIDO

COME ?

SCOPRI

COMUNI

COME ?

### LA DONORCARD

Cos'è e come fare.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

f SHARE

SCOPRI

ATTO OLOGRAFO

COME ?

- CUORE
- RENE
- FEGATO
- POLMONE
- PANCREAS
- INTESTINO
- OSSEA
- VALVOLE
- VASI SANGUIGNI
- CORNEA
- CUTE
- MEMBRANA AMNIOTICA
- MIDOLLO OSSEO
- SANGUE CORDONALE



RENE



1796  
Trapianti nel 2016

È donabile da vivente

97,3%

Sopravvivenza del paziente a 1 anno dal trapianto.

92,1%

Sopravvivenza dell'organo a 1 anno.

## UNA VITA TUTTA NUOVA.

Come si vive dopo il trapianto.

Un "SÌ" che vale molto più di quanto si possa immaginare. E' il ritorno al lavoro per Paola, la ripresa degli allenamenti di nuoto per Lorenzo, il piacere di una vita serena per molti. Il nostro sistema trapianti registra ogni anno uno degli indici di qualità degli interventi più alti in Europa. Guarda lo stesso quanti pazienti sono tornati ad una vita piena. Qui il puoi rendere conto che la medicina ha fatto davvero passi da gigante e che il nostro Paese segue sia i pazienti in attesa di ricevere un trapianto che coloro che lo hanno già ricevuto.

FILTRA PER ORGANI



# FACEBOOK & TWITTER

**Sonoundonatore**  
Comunità

Crea invito all'azione   Condividi   ...

Diario   Informazioni   Foto   Persone a cui piace   Altro ▾

**Promuovi** ▾

**QUESTA SETTIMANA**

**37.120**  
Copertura del post

**2.288**  
Interazione con i post

**1**  
Clic sul sito Web

**91%**  
Percentuale di risposte

**2 ore**  
Tempo di risposta

Analytics   Home   Tweet   Segmenti di pubblico   Eventi   Altro ▾

**Home account**  
sonoundonatore

**Riepilogo degli ultimi 28 giorni** con variazioni nel periodo precedente

Tweet: 55 <span style="color: green;">↑10,0%</span>	Visualizzazioni Tweet: 2.785 <span style="color: green;">↑10,8%</span>	Valore del profilo: 74 <span style="color: green;">↑12,1%</span>	Menzioni: 4 <span style="color: red;">↓33,3%</span>	Follower: 137 <span style="color: green;">↑10</span>
---	--	--	---	--

novembre 2016 - 21 giorni finora...

**Tweet in evidenza**

**Tweet più popolare** ricevuto 111 impressioni

Sono in corso gli #statigeneralitrapianti della rete trapiantologica italiana  
pic.twitter.com/PaocCWZtss

**Menzione più popolare** ricevuto 11

interazione

patrizia babin  
@patriziabab - 10 nov

Poster @AnedOnlus agli Stati Generali della Rete Trapiantologica @sonoundonatore @mimar2000 @carnio70 @OrlandiWalter @PietroManzi @Pqr9ap  
pic.twitter.com/11CcbhwWUT

**Fai arrivare i tuoi Tweet a un numero più vasto di persone**  
Con Promoted Tweet e contenuti Twitter Ads puoi ampliare la tua portata su Twitter e raggiungere più persone.

**REPILOGO NOVEMBRE 2016**

Tweet: 43	Visualizzazioni Tweet: 2.080
Valore del profilo: 48	Menzioni: 2
Novi follower: 7	

# ABBIAMO RACCONTATO STORIE DALL'ITALIA E DAL MONDO

**Diamoilmegliodinoi**  
Pubblicato da Labsus&Freud [?] · 16 giugno alle ore 11:00

Una battaglia vinta quella di [Giulia Bazzichi](#), 25 anni appena compiuti e una cardiomiopatia congenita che negli anni è andata progressivamente aggravandosi tanto da richiedere un trapianto di cuore. Il nuovo cuore di Giulia è stato trovato. Il trapianto è andato bene e i medici sono fiduciosi.



### Trapianto di cuore, la battaglia vinta di Giulia

L'attesa interminabile, un appello su YouTube che diventa virale. E una petizione online per ravvivare il dibattito sulla donazione degli organi nel nostro

REPUBBLICA.IT

10.884 persone raggiunte

Visualizza risultati

373 Reazioni · 27 commenti · Condivisioni: 55

Mi piace · Commenta · Condividi

10.884 persone raggiunte

519 Reazioni, commenti e condivisioni

365	313	52
Mi piace	Sul post	Sulle condivisioni
67	60	7
Love	Sul post	Sulle condivisioni
1	0	1
Wow	Sul post	Sulle condivisioni
1	0	1
Sigh	Sul post	Sulle condivisioni
29	29	0
Commenti	Sul post	Sulle condivisioni
56	55	1
Condivisioni	Sul post	Sulle condivisioni
300	Clic sul post	
1	119	180
Visualizzazioni di foto	Clic sul link	Altri clic

**COMMENTI NEGATIVI**

1	0
Nascondi post	Nascondi tutti i post
0	0
Segnala come spam	Non mi piace più

# ABBIAMO DATO VOCE ALLE ECCELLENZE DEL SISTEMA

**Diamoilmegliodinoi**  
Pubblicato da Marzia Filippetti [?] · 14 marzo · 🌐

Una maratona di solidarietà, impegno e professionalità. A Torino, tra venerdì e domenica scorsa, il centro trapianti di fegato della **Città della Salute** ha restituito la vita a cinque persone. I nostri migliori auguri ai pazienti e un ringraziamento a tutto il personale coinvolto!



### Torino: maratona in sala operatoria, cinque trapianti di fegato in 36 ore

In campo una squadra di venti persone tra medici e infermieri

TORINO.REPUBBLICA.IT

👍 Ottieni più "Mi piace", commenti e condivisioni  
Metti in evidenza questo post con € 3 per raggiungere fino a 2600 persone.

8858 persone raggiunte **Metti in evidenza il post**

👍❤️😮 266      14 commenti      Condivisioni: 76

👍 Mi piace    💬 Commenta    ➦ Condividi

**8858** persone raggiunte

---

**433** Reazioni, commenti e condivisioni

<b>298</b> 👍 Mi piace	<b>233</b> Sul post	<b>65</b> Sulle condivisioni
<b>32</b> ❤️ Love	<b>27</b> Sul post	<b>5</b> Sulle condivisioni
<b>8</b> 😮 Wow	<b>6</b> Sul post	<b>2</b> Sulle condivisioni
<b>20</b> Commenti	<b>14</b> Sul post	<b>6</b> Sulle condivisioni
<b>76</b> Condivisioni	<b>76</b> Sul post	<b>0</b> Sulle condivisioni

---

**223** Clic sul post

<b>1</b> Visualizzazioni di foto	<b>51</b> Clic sul link	<b>171</b> Altri clic ⓘ
-------------------------------------	----------------------------	----------------------------

---

**COMMENTI NEGATIVI**

<b>0</b> Nascondi post	<b>0</b> Nascondi tutti i post
<b>0</b> Segnala come spam	<b>0</b> Non mi piace più

# ABBIAMO RILANCIATO NOTIZIE ITALIANE E INTERNAZIONALI

**Di amo il me gl io di noi**  
Pubblicato da **Labsus&Freud** [?] · 10 febbraio · 🌐

👍 Mi piace

Ieri è venuto a mancare Andrea Mongiardo, la persona che all'età di 15 anni ricevette il cuore del piccolo Nicholas Green. A 23 anni di distanza cerchiamo di capire quanto il gesto della famiglia Green abbia cambiato il mondo dei trapianti italiano.



**Così l'«effetto Nicholas» ha cambiato (in meglio) la storia dei trapianti**  
In Italia, la vicenda ha segnato una svolta radicale sul tema della donazione di organi  
CORRIERE.IT

🟢 **Ottieni più "Mi piace", commenti e condivisioni**  
Metti in evidenza questo post con € 3 per raggiungere fino a 2600 persone.

17.465 persone raggiunte Metti in evidenza il post

👍❤️👎 259      2 commenti      Condivisioni: 116

👍 Mi piace    💬 Commenta    ➦ Condividi

17.465 persone raggiunte

689 Reazioni, commenti e condivisioni

453 👍 Mi piace	197 Sul post	256 Sulle condivisioni
67 ❤️ Love	42 Sul post	25 Sulle condivisioni
1 😂 Ahah	0 Sul post	1 Sulle condivisioni
2 😱 Wow	0 Sul post	2 Sulle condivisioni
29 😓 Sigh	20 Sul post	9 Sulle condivisioni
23 Commenti	13 Sul post	10 Sulle condivisioni
116 Condivisioni	116 Sul post	0 Sulle condivisioni

658 Clic sul post

1 Visualizzazioni di foto	270 Clic sul link	387 Altri clic 📄
------------------------------	----------------------	---------------------

COMMENTI NEGATIVI

0 Nascondi post	0 Nascondi tutti i post
0 Segnala come spam	0 Non mi piace più

# CON UN PUNTO FERMO: DIFFONDERE UNA CORRETTA INFORMAZIONE

**Diamoilmegliodinoi** Pubblicato da **Labsus&Freud** [?] · 10 giugno alle ore 10:09

Cosa posso donare?  
Il primo trapianto di cuore al mondo fu eseguito il 3 dicembre 1967 dal chirurgo sudafricano Christiaan Barnard all'ospedale Groote Schuur di Città del Capo, su Louis Washkansky.  
Nel 2016 sono stati effettuati 266 trapianti.

9347 persone raggiunte

241 Reazioni, commenti e condivisioni

166 Mi piace	98 Sul post	68 Sulle condivisioni
15 Love	9 Sul post	6 Sulle condivisioni
3 Commenti	0 Sul post	3 Sulle condivisioni
57 Condivisioni	55 Sul post	2 Sulle condivisioni

149 Clic sul post

55 Visualizzazioni di foto	0 Clic sul link	94 Altri clic
----------------------------	-----------------	---------------

COMMENTI NEGATIVI

0 Nascondi post	1 Nascondi tutti i post
0 Segnala come spam	0 Non mi piace più

9347 persone raggiunte

Visualizza risultati

Pasquale Gioia, Monica De Franceschi e altri 105 Condivisioni: 55

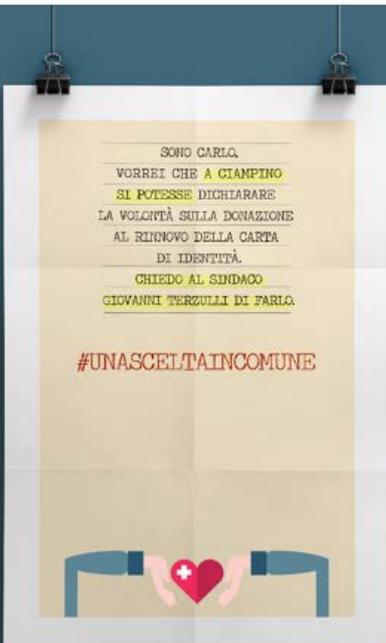
Mi piace Commenta Condividi

# ABBIAMO RESO I NOSTRI UTENTI PROTAGONISTI DELLA PAGINA

**Diamoilmegliodinoi**  
Pubblicato da Labsus&Freud (?) · 1 febbraio · 🌐

Mi piace

Ci uniamo a Carlo per chiedere al sindaco Giovanni Terzulli di permettere ai cittadini del Comune Di Ciampino di esprimere la loro volontà di donare organi e tessuti al momento del rinnovo o del rilascio della carta d'identità. #Unasceltaincomune



4243 persone raggiunte

Visualizza risultati

Stefania Fasciani, Giuseppina Manuali e altri 54

Mi piace Commenta Condividi

Riccardo Arpaia

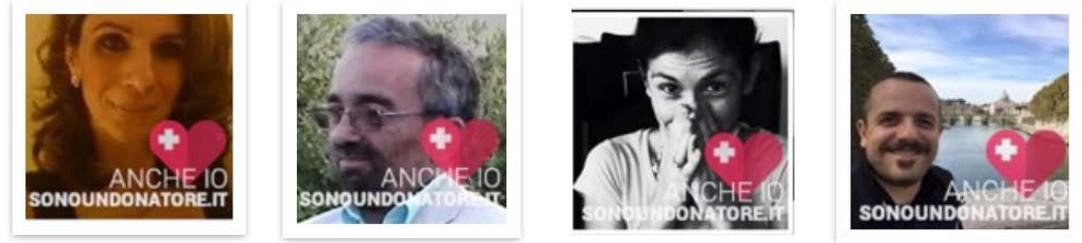
Paola Home



Riccardo Arpaia

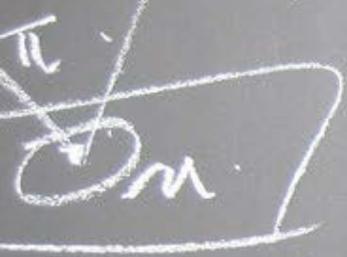
Messaggio

Diario Informazioni Amici Foto Altro



$$L(v) = (a_{\alpha\beta} d_i v^i + b_{\alpha\beta} d_i v^i + c_{\alpha})$$

$$E_p \cong \mathbb{R}^m$$



$$U \times \mathbb{R}^m \cong \pi^{-1}(u)$$

By def<sup>n</sup>

$$(r, s, \alpha) = \text{hol}_1(r, s, \alpha) - \text{hol}_2(r, s, \alpha)$$

DIAMO I NUMERI

Ad oggi la pagina di **Diamo il meglio di noi** ha raggiunto:

- 16.762 persone
- 16.884 mi piace
- 5.348 copertura dei post (media ultimi tre mesi)
- 153 reazioni (media ultimi 3 mesi)

**Pubblico:** 77% donne e 23% uomini

**Fascia d'età principale** 35-54 anni

# IDENTIKIT DEI NOSTRI FAN

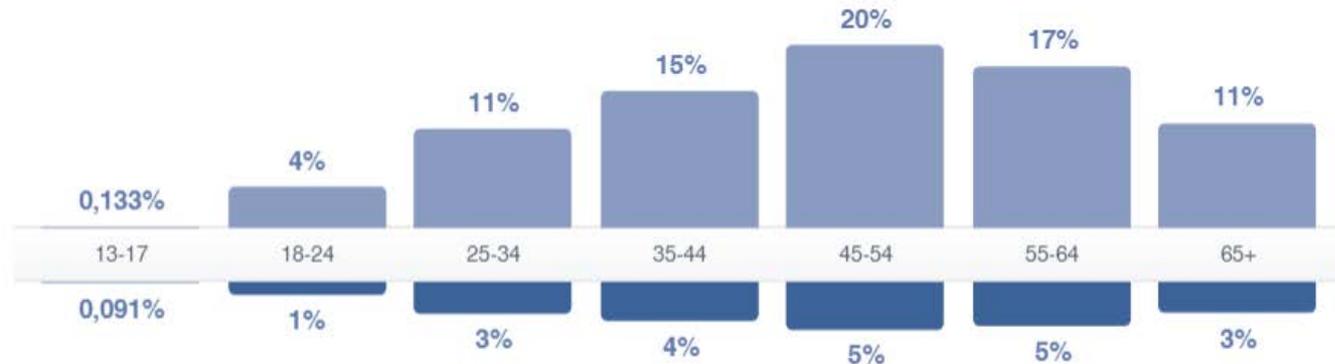
## Le persone a cui piace la tua Pagina

Donne

**78%**  
I tuoi fan

Uomini

**22%**  
I tuoi fan



Paese	I tuoi fan	Città	I tuoi fan	Lingua	I tuoi fan
Italia	16.167	Milano, Lombardia	1531	Italiano	15.991
Regno Unito	39	Roma, Lazio	1506	Inglese (USA)	138
Romania	36	Napoli, Campania	701	Inglese (Regno Unito)	96
Germania	30	Palermo	443	Rumeno	48
Spagna	29	Torino, Piemonte	406	Francese (Francia)	44
Argentina	21	Firenze, Toscana	279	Spagnolo	40

## **AL GIORNO, nell'ultimo anno:**

- Numero di persone che **hanno visto** qualche contenuto associato alla pagina: **12.484** media giornaliera
- Numero di persone che **hanno interagito** con la pagina (qualsiasi click..): **265** media giornaliera
- Numero di persone che **hanno visto un'inserzione o una sponsorizzazione** che rimanda alla pagina: **1588** media giornaliera



**#DIAMOILMEGLIODINOI  
LIVE!**

**L'ESPERIENZA DELL'EVENTO FACEBOOK  
“#DIAMO IL MEGLIO DI NOI – LIVE!”  
DA INFORMAZIONE A DIALOGO**

# DIAMO IL MEGLIO DI NOI

## La Campagna 2016

Abbiamo chiesto alle **realtà del nostro Paese** di mettersi in prima linea e **contribuire all'informazione sulla donazione e il trapianto di organi**

In meno di un anno, quasi **30 realtà** hanno aderito alla Campagna Diamo il meglio di noi

Ogni aderente ha diffuso tra i propri **dipendenti, sostenitori, soci e stakeholder** la cultura del dono.

### #DIAMO IL MEGLIO DI NOI – LIVE!

Un grande **evento di musica e intrattenimento** pensato per chiudere l'anno rivolgendoci ad un target giovane con il messaggio della donazione

**Testimonial sportivi, vip e artisti,** in un contesto sportivo di forte attrattiva per i cittadini romani e non

*Roma, 8 ottobre – Villaggio Granfondo Roma*

# LA SCELTA DELL'EVENTO SU FACEBOOK

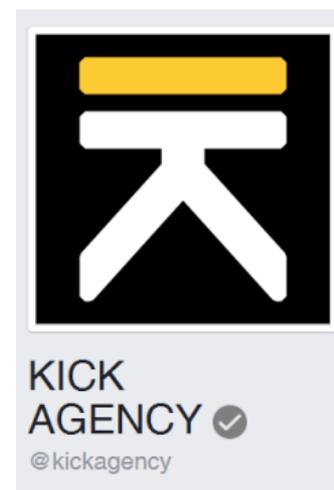
L'obiettivo della comunicazione era riuscire a **calibrare uno stile di intrattenimento**, tipico della promozione degli eventi, **un tono adatto al target giovanile**, mantenendo il **rigore** e la **trasparenza tipiche dell'istituzione** per accreditarsi presso il pubblico generico.

*«Gli eventi su Facebook sono i contenuti più visibili nel flusso di pubblicazioni sui social: entrano nella nostra agenda, sono facili da consultare su smartphone, e inoltre come organizzatori possiamo mantenere viva l'attenzione pubblicando aggiornamenti che vengono segnalati con una notifica.» (rif. **Ninja Marketing.it**)*

Utilizzare il nome della campagna come **HASTAG** è stata una mossa obbligata con poco potenziale di successo, ma **l'evento è riuscito a diffonderlo in rete!**

# IL LANCIO #DIAMOILMEGLIODINOI – LIVE!

**#DIAMO IL MEGLIO DI NOI – LIVE!** SI PRESENTA AL PUBBLICO ATTRAVERSO UNA  
**PAGINA EVENTO DI FACEBOOK**



L'evento è stato **creato dalla pagina di Campagna** istituzionale **Sonoundonatore.it**  
(*organizzatore 1*)

Il **coordinamento** di grafica, pubblicazione dei contenuti e gestione evento è stato affidato all'agenzia **KICK Agency** (*organizzatore 2*)

La **definizione dei messaggi** e dei temi è stata curata dall'Ufficio comunicazione del **Centro Nazionale Trapianti**

L'**adattamento stilistico** è stato curato dal Social Media manager della **Kick Agency**

# I CONTENUTI DA TRATTARE

- Il **primo ostacolo** alla promozione del messaggio della donazione è il **concetto della morte** o della perdita di una persona cara
- Parlare di **#DONO** è il modo più comune per introdurre il tema
- L'hashtag **#diamoilmegliodinoi** ha aiutato ad avvicinare i fan

Abbiamo individuato dei **messaggi positivi**

che potessero avvicinarci al pubblico di Facebook senza creare resistenze.

Una scelta dichiarata subito nelle **info di dettaglio** e usata nei **post** della pagina evento

### Dettagli

STADIO di ATLETICA Nando Martellini, Viale Guido Baccelli 14, Roma (già conosciuto come lo Stadio delle Terme di Caracalla).  
Per indicazioni su Google Maps cliccare su <https://goo.gl/maps/AozG6n7Ygpz>

Fare un **#DONO** vuol dire essere pronti a dare il meglio di se stessi.  
L'8 ottobre a Roma, con la partecipazione di **Zero Assoluto**, **Coez**, **Andrea Perroni** e **Michele La Ginestra**, ci ritroviamo **tutti uniti** sotto il segno del dono per **#DIAMOILMEGLIODINOI – LIVE!**

L'evento è completamente **#GRATUITO!**

Perché **donare è un gesto di amore e di speranza**  
Perché **ricevere un dono è una sorpresa felice**  
Perché **scegliere di donare può valere una vita**

Questo evento è promosso da **DIAMO IL MEGLIO DI NOI - Campagna nazionale su donazione e trapianto di organi, tessuti e cellule 2016**

[www.diamoilmegliodinoi.it](http://www.diamoilmegliodinoi.it)  
[www.sonoundatore.it](http://www.sonoundatore.it)

Associazione italiana per la donazione di organi Donazione di organi  
Donazione del sangue Ingresso gratuito

# COME AMPLIFICO E DIFFONDO L'EVENTO?

**KICK AGENCY**  
5 ottobre 2016 · 🌐

Buongiorno a tutti! Anche oggi abbiamo un pò di news dell'ultima ora! Cominciamo con Coez che condivide l'evento **DiamollMeglioDiNoi - Live!** e il suo pubblico perde il controllo della situazione! 😊 #DIAMOILMEGLIODINOI #COEX #sonoundonatore Sonoundonatore

**Coez** shared Sonoundonatore's event  
20 hrs · 🌐

Sopresina per i fratellini e le sorelline di Roma, sabato suonerò un pugno di canzoni allo Stadio Nando Martellini, per una giustissima causa. Ingresso gratuito, tutte le info qua 📄 #DiamollMeglioDiNoi

**#DIAMOILMEGLIODINOI LIVE!**

**DiamollMeglioDiNoi - Live!**  
Sat 8:30 PM · Rome  
Marcello Dell'Acqua shared this with you

★ Interested

Like Comment Share

Max Guadagnoli, Maria Vittoria Sansone and **338 others** · Top Comments ▾

Salve, vorrei sapere se c'è bisogno della prenotazione per partecipare all'evento oppure basta venire direttamente lì. grazie in anticipo 😊

👍 Mi piace 🗨 Commenta ➦ Condividi

👤 Caterina Anfuso e KICK AGENCY

Visualizza un altro commento

**La Giulia YR Nieddu** Perfetto. Allora ci vediamo sabato 😊😊  
Mi piace · Rispondi · 1 · 3 ottobre 2016 alle ore 16:45

**KICK AGENCY** Fantastico! Ma li farai 1000 inviti a tutti gli amici qui dall'evento? 😊  
Mi piace · Rispondi · 3 ottobre 2016 alle ore 16:47

**La Giulia YR Nieddu** Noi ci proviamo 😊  
Mi piace · Rispondi · 1 · 3 ottobre 2016 alle ore 16:49

**Annalisa Tramontana** Noi li facciamo ma siamo le amiche stalker degli zero assoluto.. Voi pero fateceli salutare ahahaha  
Mi piace · Rispondi · 2 · 3 ottobre 2016 alle ore 18:29

**KICK AGENCY** La Giulia grazie di cuore! 😊  
Mi piace · Rispondi · 3 ottobre 2016 alle ore 20:01

**KICK AGENCY** Annalisa vediamo se si riesce.. 😊  
Mi piace · Rispondi · 3 ottobre 2016 alle ore 20:01

**Annalisa Tramontana** Hahahah grandiii  
Mi piace · Rispondi · 4 ottobre 2016 alle ore 12:13

Scrivi una risposta...

**Francesca Ganci** ma dove?  
Mi piace · Rispondi · 1 · 4 ottobre 2016 alle ore 17:15

**KICK AGENCY** Cara Francesca è sulla testa dell'evento proprio sotto alla data e alla location 😊

Saturday at 8:30 PM - 12 AM  
Oct 8 at 8:30 PM W: Oct 8 at 12 AM  
Clicca e vedi la mappa!

**CONDIVISIONE DA PARTE DI PERSONE CHE APPREZZANO E INTERAGISCONO**

**PRESENZA COSTANTE E PRECISIONE NELLA GESTIONE DELLA MESSAGGISTICA CON GLI UTENTI**

# CREARE UNA RETE DI RELAZIONI

Il **coinvolgimento degli utenti** è una strategia vincente per questo tipo di strumento e il **monitoraggio continuo delle discussioni** permette di *aggiustare il tiro* quotidianamente

Nel caso degli eventi di Facebook il **sovraccarico di informazioni** e di inviti porta l'utente a **cercare il supporto della propria Rete di relazioni**:

*“Se un mio amico segue e condivide questa informazione o questa fonte allora è probabile che vada bene anche per me.”*

**tono amichevole**  
**inviti e condivisioni** **Dicono di noi e rassegna stampa** **dialogo continuo**  
interazione e risposte  
i **TESTIMONIAL** amplificano il messaggio

**SI PASSA DA UNA RETE DI CONTENUTI AD UNA RETE DI RELAZIONI**

# PERCHÉ IL DIALOGO FUNZIONA?

## CI AIUTA A CONQUISTARE IL PUBBLICO IN MODO *ORGANICO*

- Accompagnare gli utenti dentro l'evento con **notizie fresche e coerenti**
- **Aggiornamento in tempo reale** sull'evento, il programma e gli ospiti VIP
- Un vero e proprio **ingaggio Human 2 Human (H2H)** che ha permesso di stabilire un **rapporto di fiducia** tra gli utenti e la pagina evento
- **Pubblicità mirata** e continuamente ricalibrata sul pubblico di riferimento
- Indirettamente, l'Ente promotore ha conquistato **credibilità** presso un pubblico molto definito (*cluster 18-24 age*)
- Il traffico generato dal target giovanile sulla Pagina ha permesso a #Diamoilmigliodi noi – LIVE! di **estendersi anche al pubblico vicino e in relazione con i FAN** dell'evento (*age 25-34; 35-44; F + M*)

# PERCHÉ È IMPORTANTE INSTAURARE UN BUON DIALOGO CON GLI UTENTI?

La **disponibilità al dialogo con i fan** può diventare una **risorsa** e aiutare a stabilire un rapporto di fiducia nell'organizzazione.

Nel caso di #DIAMOILMEGLIODINOI – LIVE ha aiutato a **gestire un momento di crisi**:

07/10/16



Le ultime novità e **ospiti a sorpresa** svelati alla **vigilia** dell'evento

08/10/16

Ore 16.30



Prove e **soundcheck in diretta** sull'evento. Alle ore 16.30 **più di 1.000 persone** parlavano di #diamoilmegliodinoi

08/10/16

Ore 19.30



**Inizia a piovere** e gli utenti di facebook si scatenano: **messaggi privati, post, commenti**. L'evento è ancora confermato. Dalla pagina le **risposte** sono puntuali, individuali e **aggiornate in tempo reale dal backstage di produzione**.

08/10/16

Ore 22.30



**L'evento viene annullato per assenza di condizioni tecniche e di sicurezza**. La comunicazione viene fatta circolare immediatamente attraverso la pagina evento. **Vengono riaggornate le risposte ai messaggi e ai post per garantire agli utenti di ricevere una notifica del cambio di programma**.

# Intanto dal Villaggio granfondo...

Lo Staff del CNT, i testimonial sportivi e il pubblico hanno resistito alla pioggia e hanno trasformato l'attesa in un momento di condivisione e di allegria.

I ragazzi arrivati dalla mattina per assistere al concerto sono stati ospitati nello stand istituzionale della Campagna Diamo il Meglio il Noi per offrire loro un riparo e fargli conoscere alcuni campioni nazionali del CONI



© Laura Sbarbori

**KICK AGENCY** ▶ [DiamoIlMeglioDiNoi](#)  
– Live!

"Mi piace" aggiunto alla Pagina · 12 ottobre 2016 ·

VOI, il pubblico, i fan che non mollano! Grandi.  
#DIAMOILMEGLIODINO! Michele La Ginestra Coez  
Zero Assoluto Andrea Perroni #coez #zeroassoluto  
#michelelaginestra #andreaperroni  
#sonoundonatore Sonoundonatore KICK AGENCY  
#kickagency

👍 Mi piace    💬 Commenta    ➦ Condividi

👍 Francesca Vespasiano

Scrivi un commento...

# Il Back stage e la produzione...

Grazie al coordinamento strettissimo tra management e produzione, dopo aver annullato l'evento, #DIAMOILMEGLIODINOI – LIVE è diventato il luogo di incontro tra gli artisti e i loro fan



© Laura Sbarbori



KICK AGENCY ▶ DiamoIlMeglioDiNoi  
– Live!

"Mi piace" aggiunto alla Pagina · 12 ottobre 2016 ·

<http://www.kickagency.com/produzione/> Una squadra che sorride quando tutto va storto... è una squadra che vince! #DIAMOILMEGLIODINOI Michele La Ginestra Coez Zero Assoluto Andrea Perroni #coez #zeroassoluto #michelelaginestra #andraperroni #sonoundonatore Sonoundonatore KICK AGENCY #kickagency

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi



Scrivi un commento...



# I RISULTATI: FEEDBACK UTENTI

Una buona **gestione di crisi sui social** dipende dalla **velocità di risposta** del social media manager, dalla capacità di controllo (e auto-controllo) sul pubblico della Pagina e la modulazione del giusto **tono** nella comunicazione.

Se osserviamo i **feedback degli utenti** di #DIAMOILMEGLIODINOI - LIVE!, il risultato è stato di non aver ricevuto lamentele, al contrario, lo sprone e l'augurio a ripetere l'esperienza

I **commenti di soddisfazione** dei ragazzi venuti per l'evento, nonostante il rischio pioggia, che hanno potuto incontrare gli **artisti nel backstage** hanno confermato il rapporto di fiducia instaurato con la Pagina Evento

Questo ha preservato la **credibilità** sia dell'Ente promotore che della produzione del concerto e i partner dell'iniziativa

# QUANDO IL SOCIAL SUPERA LA REALTÀ

- Gestire la comunicazione, durante la pioggia, ha permesso di vivere sullo spazio Facebook un momento reale
- Se non avesse piovuto, l'evento sarebbe stato raccontato da chi era realmente presente sui propri profili Facebook, dando nuova eco all'evento
- Una buona comunicazione, anche se gestita in un luogo virtuale, rende comunque efficace un evento reale

*... persino se l'evento non si tiene!*



**QUINDI, TUTTO SI GIOCA NELLA FASE DI PROMOZIONE DELL'EVENTO!**

# I RISULTATI: INSIGHTS EVENTO

PERSONE RAGGIUNTE E COINVOLTE IN MODO ORGANICO  
**SOLO GRAZIE ALL'ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA  
MANAGEMENT:** POST, RISPOSTE, COMMENTI, INTERAZIONI, ECC

**81 MILA PERSONE**

(utenti unici raggiunti dai contenuti usati e postati nell'evento)

**3,8 MILA VISUALIZZAZIONI**

(utenti unici che hanno visitato la pagina evento)

**903 RISPOSTE FORNITE**

(utenti unici che hanno interagito con la pagina)

# ANDAMENTO DEI DATI ORGANICI

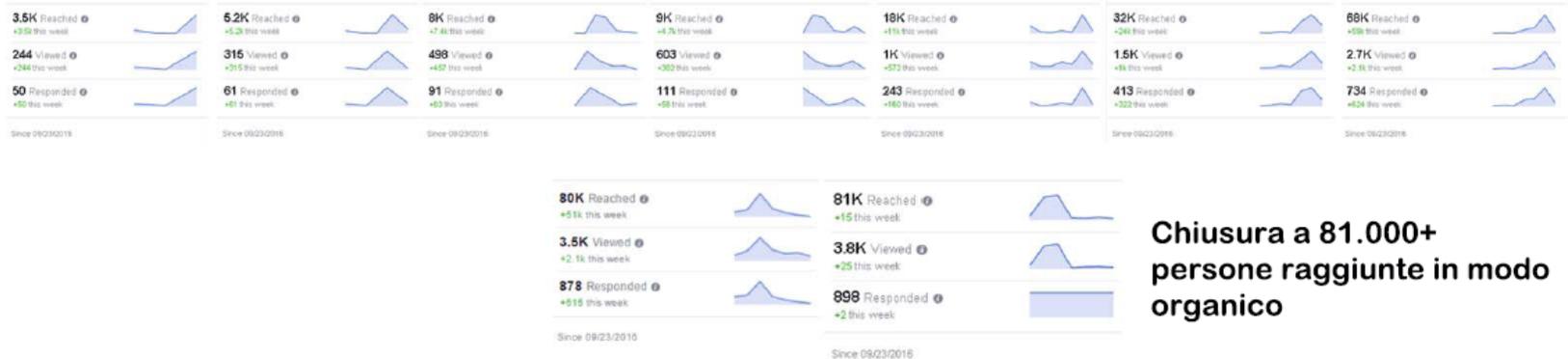


## Offerta di servizi: Social Network Management Kick Agency: Facebook "Diamoilmegliodinoi" stats

Visibilità Evento Facebook, Risultato Campagne Facebook

Periodo di operazioni: 28.09.2016 - 08.10.2016

### 1) Evento Facebook: DIAMOILMEGLIODINOI LIVE! Set-up, lancio, gestione contenuti, Community Management



**Chiusura a 81.000+  
persone raggiunte in modo  
organico**

Committente:

CNT

Budget: Dato Riservato

Inizio attività:

28.09.2016

Fine attività

08.10.2016

# DATI CAMPAGNA ADV SU FACEBOOK

**GRAZIE ALLA CAMPAGNA DI ADVERTISING SU FACEBOOK L'EVENTO #DIAMOILMEGLIODINOI-LIVE! HA RAGGIUNTO IN TOTALE 180.575 PERSONE CON UNA PIANIFICAZIONE DI SPAZI PUBBLICITARI PARI A 904.939 IMPRESSION TOTALI**



Offerta di servizi: Social Network Management  
**Kick Agency: Facebook "Diamoilmegliodinoi" stats**

Visibilità Evento Facebook, Risultato Campagne Facebook

Periodo di operazioni: 28.09.2016 - 08.10.2016

## 2) Risultato Campagne Facebook ADZ: Visibilità Evento: DIAMOILMEGLIODINOI LIVE!

- Raggiunte 180.575 persone
- Pubblicità servita 904.939 volte
- Media giornaliera di pubblicità servita 82.267 volte al giorno
- Frequenza 5,01 volte a persona
- Pubblico più recettivo: donne 18 - 24 anni

180,575 Reach ▾ 904,939 Impressions ▾ 82,267 Average Daily Impressions



Amount Spent ▾ 180,575 Reach ▾



Committente:

CNT

Budget: Dato Riservato

Inizio attività:

28.09.2016

Fine attività

08.10.2016

# DATI CAMPAGNA ADV SU PIATTAFORME DI TERZE PARTI

IN ALCUNI MOMENTI LIMITATI, SFRUTTANDO LA STESSA PUBBLICITÀ, É STATO POSSIBILE **POSIZIONARSI ALL'ESTERNO DI FACEBOOK** ATTRAVERSO LE PIATTAFORME DI TERZE PARTI. **INSTAGRAM HA PERMESSO DI RAGGIUNGERE MOLTI FOLLOWER DEI PROFILI COLLEGATI ALL'EVENTO**



Offerta di servizi: Social Network Management  
**Kick Agency: Facebook "Diamoilmegliodinoi" stats**

Visibilità Evento Facebook, Risultato Campagne Facebook

Periodo di operazioni: 28.09.2016 - 08.10.2016

### 3) Risultato Campagne Facebook ADZ: Visibilità Evento: DIAMOILMEGLIODINOI LIVE!

- Dato l'argomento a cui si faceva riferimento nell'evento, abbiamo ritenuto entrare su Instagram, solo nella fase finale della promozione, in quanto l'hashtag di riferimento #DIAMOILMEGLIODINOI era estremamente debole. Si è scelto di puntare su alcuni testimonial specifici, ma non su tutti, garantendo il raggiungimento di 26.000 persone molto legate a due testimonial che manifestavano un pubblico più attivo. I grafici evidenziano il rapporto tra budget speso e persone raggiunte (figura di sinistra) e il rapporto tra budget speso e visibilità ottenuta (figura di destra).



Committente:

CNT

Budget: Dato Riservato

Inizio attività:

28.09.2016

Fine attività

08.10.2016

# DATI ATTIVITÀ TWITTER

LA KICK AGENCY HA SFRUTTATO IL PROPRIO **PROFILO TWITTER** PER PROMUOVERE L'EVENTO **#DIAMOILMEGLIODINOI-LIVE**, RIUSCENDO A RAGGIUNGERE **BUONI RISULTATI IN 1 SETTIMANA**

**256.379 Impression**

il numero di volte che un post, tweet, foto, video ha avuto la possibilità di essere visto

**222.364 Reach è il dato netto**

il numero di individui o account unici che hanno avuto la possibilità di vedere quel contenuto

