

i Tradotto con l'aiuto dell'intelligenza artificiale – Hai suggerimenti o correzioni? Ci contatti!

Social Media per le associazioni

Autrici: Fanni Dahinden e Maja Graf, ufficio specialistico *vitamin B*, con l'aiuto di ChatGPT

Per cosa possono utilizzare i social media le associazioni?

Oggi è assolutamente normale cercare informazioni su Wikipedia, organizzare appuntamenti tramite WhatsApp, pianificare riunioni con Doodle, mostrare foto su Flickr, lasciarsi guidare dalle recensioni online per gli acquisti o le prenotazioni, oppure creare testi con strumenti di intelligenza artificiale come ChatGPT o MyAI di Snapchat. Internet e l'uso dei social media fanno ormai parte integrante della nostra vita quotidiana.

Piattaforme e strumenti social utili per le associazioni:

1. Organizzazione all'interno dell'associazione

Pianificazione di eventi	Doodle, Facebook, trello.com, Calendar
Archivio centrale di dati	Dropbox, Cloud, Google Drive, Microsoft Teams
Archivio fotografico online	Flickr, Instagram, Dropbox
Sondaggi tra i membri	umfrageonline.com, surveymonkey.com, findmind.ch

Comunicazione all'interno dell'associazione

Annunci e copertura "live" di eventi	Facebook, Twitter, Instagram, Periscope (e altre piattaforme di live streaming video)
Promemoria / inviti ai membri	Facebook, Twitter, WhatsApp (e altri servizi di messaggistica)
Motivare i membri a collaborare o partecipare ad azioni	Facebook, Twitter, chat di gruppo (WhatsApp ecc.)
Scambio tra i membri (foto, video, testi)	Gruppo Facebook chiuso, chat di gruppo, Instagram (foto)

Marketing / raccolta fondi

Reclutamento di nuovi membri	Facebook, YouTube, Vimeo, Snapchat
Promozione di prodotti o servizi	Facebook, Twitter, Snapchat, YouTube, Vimeo, Instagram
Finanziamento di progetti tramite crowdfunding	wemakeit.ch, 100-days.net, ibelieveinyou.ch, projektstarter.ch, gemeinsam-unterwegs.ch
Aumentare la notorietà	Inserimento su Wikipedia o vereins.wikia.com

Una raccolta dettagliata di strumenti digitali per la collaborazione è disponibile su:

<https://www.vitaminb.ch/digital/>

MAIN PARTNER



PREMIUM PARTNER

RAIFFEISEN

helvetia

BKW

Come pianificare l'uso dei social media per l'associazione

Passo 1: Mini-concetto

Preparate un breve concetto che chiarisca le seguenti domande:

- **Quali obiettivi vogliamo raggiungere con i social media?**
 - raggiungere più rapidamente i membri
 - rafforzare il legame con i membri
 - favorire lo scambio tra i membri
 - dare un'immagine moderna
 - far conoscere la nostra associazione
 - "essere presenti"
 - finanziare un progetto
 - migliorare le nostre competenze digitali e mediatiche
- **Che vantaggi ne traggono i membri?**
 - utilizzo di canali che già usano
 - contatto più rapido e semplice
- **Che vantaggi ne trae il comitato direttivo?**
 - comunicazione più veloce tra i membri del comitato
 - comunicazione più diretta con i soci
 - archivio dati comune
 - collaborazione più efficiente
- **Quante risorse vogliamo/possiamo investire nella gestione dei social media?** (tempo / denaro)
- **Quali piattaforme social utilizzano già i nostri membri?**
- **Con quali piattaforme raggiungiamo meglio i nostri obiettivi?**
- **Come integriamo i social media nella nostra comunicazione esistente?**

Passo 2: Preparativi

Sfruttate le risorse e le competenze già presenti!

Chiedete aiuto ai membri del club, ai giovani o alle persone più attive sul web nel vostro ambiente, che hanno dimestichezza con i social media e con l'intelligenza artificiale (IA).

- Conosciamo qualcuno con esperienza in social media e strumenti di IA che possa creare la nostra pagina?
- Conosciamo qualcuno che possa amministrarla per noi?

Facebook

2. La piattaforma social più conosciuta è Facebook, con circa 3,7 milioni di utenti in Svizzera e circa 1,7 miliardi nel mondo. Dal 2013, oltre il 50% dei profili appartiene a persone con più di 30 anni.

Cosa dovrebbe contenere una pagina Facebook dell'associazione

- Programma annuale / calendario eventi
- Convocazione dell'assemblea generale con ordine del giorno
- Comunicazioni e informazioni attuali
- Foto e video delle attività del club
- Campagne in corso
- Concorsi o piccoli giochi

Do's & Dont's

Cosa fare su Facebook:

- Pubblicare regolarmente nuovi post, note o immagini. Se non siete online ogni giorno, programmate la pubblicazione automatica.
- Scrivere in modo spontaneo e diretto (frasi brevi, linguaggio parlato).
- Essere personali ma non privati.
- Allegare sempre un'immagine ai post: i contenuti visivi ottengono maggiore visibilità.
- Fare domande per stimolare le interazioni e rispondere ai commenti.
- Coinvolgere i membri dell'associazione (sondaggi, quiz, estrazioni).
- Invitare i vostri amici Facebook a mettere "Mi piace" alla pagina del club — la piattaforma offre una funzione apposita.
- Collegare la vostra pagina ad altre associazioni, organizzazioni o persone attive in ambiti simili (territoriali o tematici).
- Controllare regolarmente le impostazioni di sicurezza della pagina.

Cosa evitare:

- Violare i diritti della personalità (pubblicare foto o contenuti discriminatori).
Vedi: [Fotorechte im Internet – vitamin B](#)
- Pubblicare contenuti troppo privati: non appartengono alla pagina ufficiale del club.
- Fare spam: non pubblicate troppo spesso — meglio mantenere l'interesse senza sommergere di informazioni.

Instagram

La popolare piattaforma visiva Instagram conta circa 4,2 milioni di utenti in Svizzera e oltre 1,3 miliardi nel mondo. Instagram offre alle associazioni un canale visivo per presentare contenuti attraverso foto e video di alta qualità. Con l'aiuto di ChatGPT e MyAI di Snapchat, le associazioni possono anche generare automaticamente didascalie e descrizioni per i post, risparmiando tempo nel *content marketing*. Questi strumenti di IA permettono di creare testi coerenti con lo stile e il tono comunicativo dell'associazione.

TikTok

La piattaforma è particolarmente apprezzata dai giovani e offre molte possibilità creative per creare e condividere contenuti. Tuttavia, le associazioni dovrebbero essere consapevoli che TikTok è controllata dal governo cinese, e che vi sono preoccupazioni relative alla protezione dei dati e alla sicurezza.

LinkedIn

Anche LinkedIn può essere integrata nella strategia di social media dell'associazione, persino nelle attività operative quotidiane. Si tratta di una piattaforma professionale incentrata sui contatti, il *networking* e le relazioni di collaborazione. Cosa può offrire LinkedIn a un'associazione:

1. **Rete professionale:** permette di entrare in contatto con esperti del settore, potenziali partner, sponsor e sostenitori.
2. **Employer branding:** consente di presentarsi come datore di lavoro attraente, pubblicando offerte di impiego, stage o attività di volontariato.
3. **Content marketing:** condividendo articoli, aggiornamenti e approfondimenti, l'associazione può dimostrare la propria competenza e valore aggiunto.
4. **Reclutamento di volontari e professionisti:** LinkedIn è utile per trovare collaboratori o esperti per progetti specifici.
5. **Partecipazione alla community:** attraverso gruppi e forum di settore, le associazioni possono scambiare esperienze, posizionarsi come esperte e costruire relazioni preziose.

Strumenti di intelligenza artificiale (IA)

Utilizzando strumenti come ChatGPT, MyAI di Snapchat e generatori di immagini basati su IA, le associazioni possono risparmiare tempo nella creazione di contenuti e migliorare la qualità dei materiali pubblicati. Questi strumenti possono generare automaticamente testi per i post sui social media o creare immagini e grafiche coerenti con l'identità visiva del club. In questo modo è possibile lavorare in modo più efficiente e fornire contenuti accattivanti per il proprio pubblico.

Importante!

3. È fondamentale utilizzare i social media – inclusi gli strumenti di intelligenza artificiale – nel rispetto delle norme sulla protezione dei dati e dei principi etici, per evitare abusi e tutelare la privacy degli utenti.
4. Si ricorda di rispettare la Legge svizzera sulla protezione dei dati:
https://vitaminb.ch/uploads/media/default/2978/2023_Datenschutz_DEF.pdf