



WEB 2.0
STRUMENTI E TECNICHE
LEZIONE 5: PRIVACY ED INSERZIONI
FACEBOOK, TWITTER, STRUMENTI
UTILI
Tina Fasulo

COSA PREVEDE L'ULTIMA LEZIONE?

- Piccola digressione su impostazioni privacy Facebook su profili
- Inserzioni su Facebook
- Twitter
- Strumenti gratuiti per monitoraggio social media

MODIFICARE LE IMPOSTAZIONI PRIVACY SU FACEBOOK



E' possibile **modificare le impostazioni sulla privacy** dall'icona con il lucchetto.

I collegamenti rapidi ci permettono di vedere **quali sono le impostazioni attuali** ed è possibile altrettanto rapidamente modificarli

- Chi può vedere le mie cose?
- Chi può contattarmi?
- Qualcuno mi infastidisce. Come faccio a farlo smettere?

3

CHI PUÒ VEDERE LE MIE COSE?

- Da qui decidiamo se un post può essere visualizzato pubblicamente, dagli amici, solo da noi stessi oppure dagli amici di amici. Oppure
- **escludere** persone specifiche dalla visualizzazione del post, selezionando **Personalizzata** dal menù a tendina nella sezione "**Chi può vedere i miei post futuri?**";
- scegliere di rendere visibile il nostro post anche agli amici delle **persone che abbiamo taggato** in esso, sempre selezionando **Personalizzata** dal menù a tendina.



4

CHI PUÒ CONTATTARMI?

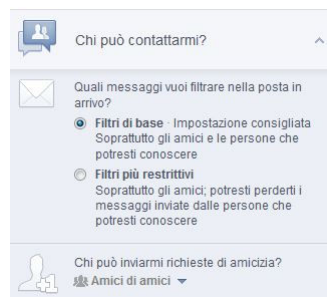
Da questa sezione definiamo chi può contattarci o inviarci richieste di amicizia.

“Quali messaggi vuoi filtrare nella posta in arrivo?”

- selezionando “**Filtri di base**” riceveremo tutti i messaggi dagli amici e praticamente tutti quelli provenienti dall’elenco delle persone che potremmo conoscere, ovvero che hanno amici in comune con noi
- Selezionando “**Filtri più restrittivi**”, abbiamo protezione più efficace dallo spam

Chi può inviarmi richieste di amicizia?

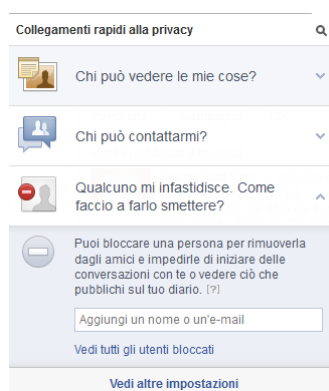
- Amici di amici è abbastanza restrittivo



5

BLOCCARE MESSAGGI, INVITI E RICHIESTE DI AMICIZIA DA PERSONE SPECIFICHE

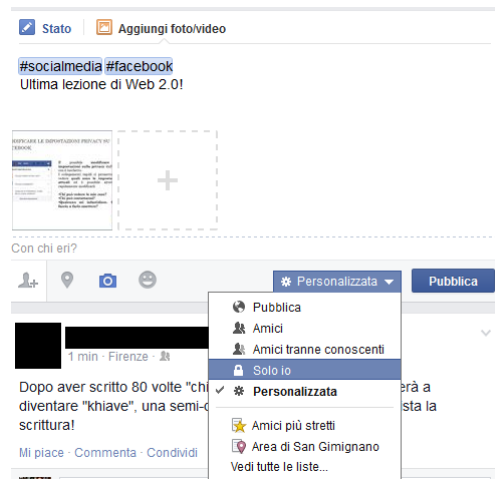
- Possiamo **bloccare una persona** (tramite nome o indirizzo email) **impedendole** di fatto di mandarci messaggi o di interagire con noi. Nella stessa sezione, troviamo anche un collegamento per visualizzare ed eventualmente sbloccare gli utenti che abbiamo bloccato in precedenza.



6

MODIFICARE LA PRIVACY DEI POST DA HOME NOTIZIE

- Per impostare in modo puntuale la privacy di un post, dallo stato alla pubblicazione di un album di foto possiamo usare il tasto con la “rotellina” sotto l’area di testo
- Le opzioni mostrate sono le stesse presenti in “Chi può vedere le mie cose”



DISABILITARE NOTIFICHE AD UN POST O DI UN UTENTE, GRUPPO, PAGINA

- Vi rimando all’articolo su L’Informatizzatore dove ho discusso ampiamente sul come limitare il numero di notifiche su un post di altri

BLOCCARE L'ACCESSO AI NOSTRI DATI DA PARTE DI DETERMINATE APPLICAZIONI

E' possibile visualizzare quali applicazioni interagiscono con il nostro profilo Facebook e bloccarne l'accesso

Per maggiori informazioni vi rimando all'articolo specifico pubblicato su L'Informatizzatore

9

INSERZIONI SU FACEBOOK

- Cosa ci serve?
- Essere amministratore di una pagina Facebook
- Possedere una carta ricaricabile da collegare all'account Facebook a cui addebitare i pagamenti
- Il post: aggiornamento di stato, foto, evento, offerta
- Fotografie
- Luogo di divulgazione dell'inserzione
- A chi è diretto il post (età, sesso, interessi)

10

PROGETTARE UN'INSERZIONE

1. Dalle impostazioni, cliccare su Crea inserzioni

Le inserzioni sono più usate per:

1. **Interazione con il post**, ovvero incoraggiare la condivisione, mi piace, commenti
2. **Aumentare il numero di "Mi piace"**
3. **Clic sul sito web** (tipo AdWords)
4. **Conversioni sul sito web** (monitoraggio, come Google Analytics)
5. **Inviti ad eventi**
6. **Richieste di offerte promozionali**

Che tipo di risultati desideri per le tue inserzioni?

	Interazione con il post della Pagina
	"Mi piace" sulla Pagina
	Clic sul sito Web
	Conversioni sul sito Web
	Installazioni dell'applicazione
	Interazione con l'applicazione
	Risposte all'evento
	Richieste di offerte

STEP 2

11

STEP 2: INTERAZIONE CON IL POST

Crea inserzioni che mettono in evidenza i tuoi post e incrementano i "Mi piace", i commenti, le condivisioni, le riproduzioni del video e le visualizzazioni delle foto.

Interazione con il post della Pagina
Metti in evidenza il post della Pagina.

Scelgo pagina

L'informatizzatore

L'informatizzatore Facebook profil... +

Seleziono post già pubblicato

Windows XP, cosa fare dopo il pensionamento del sistema
Microsoft
Giovedì

Ne volete sapere di più sul "progetto"? Ecco la nuova pagina
<http://www.informatizzatore.it/il-progetto/>
Martedì

L'informatizzatore Facebook profili contro pagine |
L'informatizzatore
Lunedì

Nuovo post

1. Scelgo la **pagina** di cui sono amministratore
2. **Seleziono il post** da sponsorizzare oppure
3. **Ne creo uno nuovo** dal pulsante +
4. Cliccare su **Conferma**

STEP 3

12

STEP 4 

STEP 3: TESTO E LINK

TESTO E LINK

Post della pagina in evidenza
La tua inserzione metterà in evidenza questo post della Pagina. Puoi vedere l'anteprima dell'inserzione sulla destra.

Mostra opzioni avanzate ▾

- **Notizie:** post nella home
- **Notizie per dispositivi mobili**
- **Colonna a destra della home**
- Possiamo rimuovere un riquadro cliccando su **Rimuovi**

ANTEPRIMA IN SERIZIONE E POSIZIONAMENTI

Sezione Notizie del computer

L'informizzatore
Sponsorizzata · 

#socialmedia #socialmediamarketing #webmarketing #pagine #Facebook: profili contro pagine Lezione n. 4 Web 2.0



L'informizzatore Facebook profili contro pagine | L'informizzatore
La quarta lezione del corso di Web 2.0 ha avuto come oggetto Facebook, in particolare Facebook profili contro pagine. Dopo aver spiegato brevemente la genesi di Facebook, ci siamo addentrati nella

Sezione Notizie per dispositivi mobili

Colonna a destra

13

STEP 4: DEFINIZIONE DEL PUBBLICO

- **Luogo:** nazione, regione, cap, città. Per le città posso allargare l'area di pubblicazione a +20km, +50km, +70km, dove il centro è la città definita
 - Posso anche **escludere** dei luoghi
- **Lingua**
- **Altri dati demografici:** relazione (orientamento, situazione sentimentale), istruzione (scuola frequentata, titolo di studio), lavoro (sede, settore..), avvenimenti importanti (matrimonio, anniversari...)
- **Interessi:** da qui selezionate cosa piace al pubblico. Es. tecnologia, moda, viaggi, vino, cucina. Da **Sfogli** potete vedere le categorie e quanti utenti vi sono connessi.
- **Comportamenti:** selezionate come si comportano gli utenti, ovvero con quale strumento si collegano, che uso fanno della rete, opzione abbastanza dettagliata
- **Chi deve vedere il post?** Tutti, chi è fan, chi non è fan, o in base alla connessione

14

STEP 4: DETTAGLI

PUBBLICO

Assistenza: scegli il tuo pubblico.

Definizione del pubblico

Il tuo pubblico è definito.

Specifico Ampio

Dettagli sul pubblico:

- Posizione: San Gimignano (+70km), Toscana, Italia
- Interessi: Tecnologia
- Comportamenti: All Android devices
- Lingua: Italiano

Portata potenziale: 420.000 persone

Luoghi Italia, Toscana
 San Gimignano + 70 km
 Aggiungi un Paese, una regione/provincia, una città o un CAP

Età 13+ - Età massima non definita

Sesso Tutti Uomini Donne

Lingue Italiano
 Inserisci una lingua...

Altri dati demografici

Interessi Tecnologia
 Tutti Tecnologia
 Cerca interessi Suggerimenti Sfoglia

Comportamenti Utente di dispositivo mobile > Tutti i dispositivi mobili per sistema operativo
 Tutti i dispositivi Android
 Cerca comportamento Sfoglia

Connessioni Tutte
 Solo le persone connesse a L'informizzatore
 Solo le persone non connesse a L'informizzatore
 Definizione dei destinatari in base alle connessioni

STEP 5

15

STEP 5: DEFINIZIONE DEL BUDGET

CAMPAGNA E GRUPPO DI INSERZIONI

Campagna L'informizzatore - Interazione con un post [Cambia campagna](#)

Nome del gruppo di inserzioni San Gimignano - 13+

Budget Al giorno € 2,00

Fino a € 8,00 in 4 giorni

Programma Attiva il mio gruppo di inserzioni continuamente a partire da oggi
 Imposta una data di inizio e di fine

Inizio 11/4/2014 17:20
 Fine 14/4/2014 20:00
(Europe/Rome)

- Nome al gruppo di inserzioni
- Budget: da definire al giorno o una cifra unatantum
- Programmare una data di inizio e fine o continuamente

Concludiamo l'inserzione cliccando su **“Ordina”** o controllatela su **“Controlla Ordine”**

16

DOVE VEDO LE CAMPAGNE?

- Dalla colonna a sinistra su “Gestione inserzioni”
- Dal menu Impostazioni su Gestisci inserzioni
- Scheda campagne, gruppi di inserzioni, inserzioni

LE TUE INSERZIONI Crea inserzione
 Fornisci i tuoi commenti Oggi Mese

1	1	0
Inserzione	Campagna	Clic

6 dicembre 2008 - 11 aprile 2014

14 risultati

Stato ?	Nome della campagna ?	Pubblicazione ?	Risultati ?	Costi ?	Portata ?	Spesa di oggi ?	Spesa totale ?	Data di inizio ?	Data di fine
<input type="checkbox"/>	L'informizzatore - Interazione con un post	● Attivo	0 Interazione dall i post	€ 0,00	0	€ 0,00 di € 2,00	€ 0,00 di € 8,00	11/04/2014 17:20	14/04/2014 20:00
<input type="checkbox"/>	Post "#Selfie da #Oscar? #Selfie da #bdestaff..."	● Non pubblicata Gruppo di inserzioni completato	2.384 Interazione dall i post	€ 0,00	7.951	€ 0,00	€ 4,00 di € 4,00	25/03/2014 11:09	26/03/2014 11:09
<input type="checkbox"/>	Apertura nuovo negozio Borg... - Risposte all'evento	● Non pubblicata Gruppo di inserzioni completato	2 Risposte agli eventi	€ 4,42 Per Risposta a	27.424	€ 0,00	€ 8,84 di € 10,00	21/03/2014 22:00	23/03/2014 14:00

17

AUMENTARE I “MI PIACE”

- La procedura è molto simile alla interazione con i post con qualche differenza
- Dobbiamo scegliere:
 - Immagine in evidenza, fino a 6. Quella che ha più coinvolgimento scarta le altre 5
 - Testo da far comparire nell'inserzione
 - Il resto è identico

18

TWITTER

- **Twitter** è una piattaforma di microblogging che permette di scrivere messaggi lunghi max 140 caratteri.

Cosa vediamo nel nostro profilo?

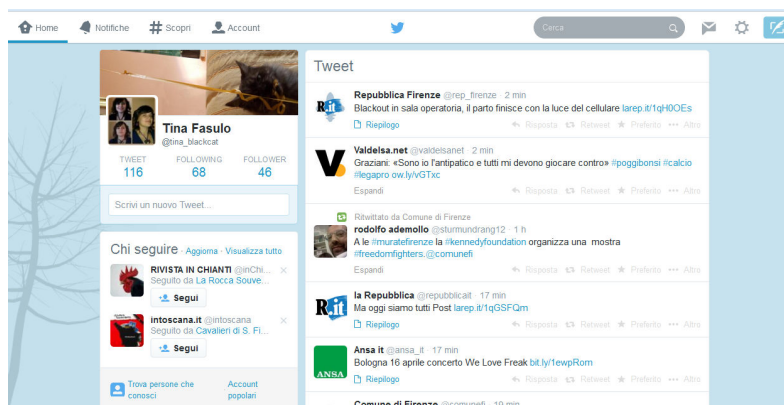
- **Following:** numero di persone seguo
- **Followers:** numero di persone che mi seguono
- **Tweets:** numero di post pubblicati

Punti di forza:

- **@username:** per referenziare un utente
- **#hashtag:** parole chiave che identificano un argomento
- **Retweet:** funziona come il “condividi” di Facebook

19

TWITTER: LA HOME



20

TWITTER: LA PAGINA DEL PROFILO

The screenshot shows the Twitter profile of Tina Fasulo (@tina_blackcat). The profile bio states she was born in March 1983 in San Gimignano (SI), has a degree in Computer Science, and works as a programmer and developer. Her location is San Gimignano, and she was born in May 2011. The profile has 116 tweets, 10 photos, 68 people she is following, 46 followers, and 33 preferences. A recent tweet from 7 days ago contains the text: "#socialmedia #webmarketing #wordpress #widget #accountid Come troviamo gli ID degli account Facebook e Twitter?... wp.me/p417B8-6g". The tweet has 10 replies. The right sidebar shows 'Chi seguire' with Twitter and Acqua Spa, and 'Tendenze' with #TriaDiTizi, #CielTizi, #seilfacebookconosciuto, and #YouTizi.

21

SCRIVERE UN TWEET

- Lo spazio disponibile è poco (**140 caratteri**), quindi il potere di sintesi è fondamentale
- Twitter si basa sulla **condivisione di link**, funziona tipo rassegna stampa, quindi è preferibile associare alla notizia il link per approfondire
- Usate gli **hashtag** appropriati in base all'argomento. E' consigliabile fare preventivamente una ricerca per argomenti per capire quali sono i tweet di tendenza e più popolari
- Possiamo allegare al tweet **fotografie, video e il luogo** da cui scriviamo
- Clicchiamo poi su **Tweet!**

The screenshot shows the 'Scrivi nuovo Tweet' form. The text input field contains the tweet content: "#socialmedia #webmarketing #wordpress #accountid Come troviamo gli ID degli account Facebook e Twitter?". Below the input field are buttons for "Aggiungi foto", "Aggiungi posizione", and "Tweet". The character count "37" is visible next to the "Tweet" button.

22

ESEMPIO: ARTICOLO DA INFORMATIZZATORE.IT CONDIVISO SU TWITTER



23

TWITTER: COME USARLO AL MEGLIO

1. **Imposta bene il tuo account:** immagine profilo, sfondo, descrizione e sito web
2. **Visibilità:** attento agli hashtag, citazioni e retweet
3. **Quando twittare:** quando i tuoi follower sono online! Ti suggerisco Tweriod.com
4. **Come twittare:** non utilizzare tutto lo spazio disponibile ma descrivi sinteticamente il contenuto e con gli hashtag appropriati; usa degli URL shortener (es. Bitly, Google Shortener)
5. **I contenuti:** chi ti segue è perché ti reputa interessante e vuole contenuti altrettanto interessanti, quindi attenzione a ciò che condividi.

24

STRUMENTI GRATUITI PER MONITORARE SOCIAL MEDIA

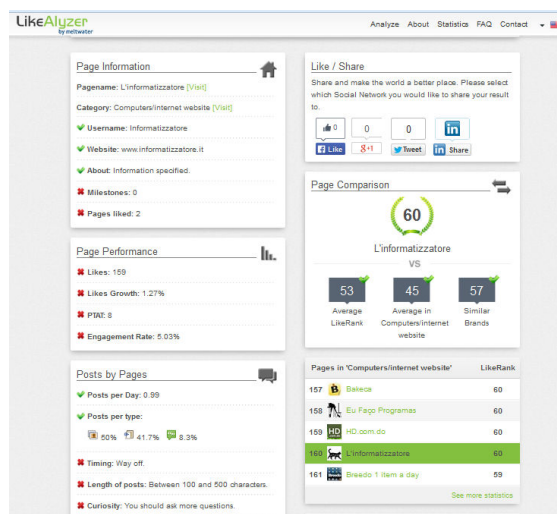
- **Twitter** – strumenti di monitoraggio ed analisi
<http://www.webhouseit.com/10-strumenti-di-monitoraggio-e-analisi-su-twitter/>
- **Swayy –tools** per gestire attività social
<http://www.swayy.co/>
- **Social Sprout** – tools per gestire attività social
<http://sproutsocial.com/tools> capace di analizzare la tua fanpage facebook e darti consigli
<http://likealyzer.com/>
- **LikeAlyzer** – tools capace di analizzare la tua fanpage facebook e darti consigli <http://likealyzer.com>

Altre risorse le ho trovate su Ninja Marketing:

- <http://www.ninjamarketing.it/2014/03/07/10-strumenti-web-gratuiti-per-il-nostro-social-media-marketing/>

25

ESEMPIO PER FACEBOOK: LIKEALYZER SU INFORMATIZZATORE



26

RISORSE UTILI

- Ninja Marketing
<http://www.ninjamarketing.it>
- Trucchi Facebook
<http://trucchifacebook.com/>
- Napier Academy blog
<http://www.napieracademy.eu/>
- WebHouse: dove il web è di casa
<http://www.webhouseit.com/>

E NON DIMENTICATE IL MIO BLOG!



<http://www.informatizzatore.it>