



COMUNICARE OLTRE! in “luce” con i Social

LINEE GUIDA

A) LUNGHEZZA TESTO

	FACEBOOK	INSTAGRAM	LINKEDIM
DIDASCALIA (min-max caratteri)	80 - 300	50 - 125	140 - 700

B) EDITING

- Punteggiatura (...!?): fare domande incoraggia commenti e interazioni (su Facebook, l'aggiunta di punti esclamativi farà aumentare la visibilità del tuo post, dato che l'algoritmo lo considera un tratto positivo);
- Usa emoji (consigliate su Facebook e Instagram)
- Tono: giusta informalità e distensione del messaggio/discorso (LinkedIn, tuttavia, richiede un tono più professionale essendo un Social 'tecnico-professionale')
- Call to action (=chiamata all'azione): porre domande e invitare utente a interagire.

C) HASHTAGS & LINKS

	FACEBOOK	INSTAGRAM	LINKEDIM
HASHTAGS		X	X
LINKS	X		X

#HASHTAG:

Servono a raggiungere nuovi follower, non quelli già acquisiti.

Come si inseriscono: digitare # seguito da parola (i suggerimenti in base agli hashtag più usati appariranno automaticamente).

Ricordare:

- Devono essere coerenti col tema del post
- Più sono usati meglio è (vedi numero di utilizzazioni suggerito durante la digitazione dell'hashtag) meglio è e in particolare
Instagram: max 30 -> consigliati max 10
LinkedIn: no limits -> consigliati max 10
- Da inserire alla fine della didascalia del post

@TAG

Come si inserisce: digitare @ e il nome della pagina o persona.

Utili per menzionare i profili coinvolti.

D) CONTENUTI VISUALI

- Immagine: colori e font uniformi;
- Video: brevi (0.50-1.20 min max);
- Infografiche: sintetiche e con le informazioni essenziali ben visibili;

