

LINEE GUIDA PER LA CREAZIONE DI UNA PAGINA FACEBOOK

1. Collegarsi al sito: www.facebook.com e cliccare sul link "Crea Pagina"

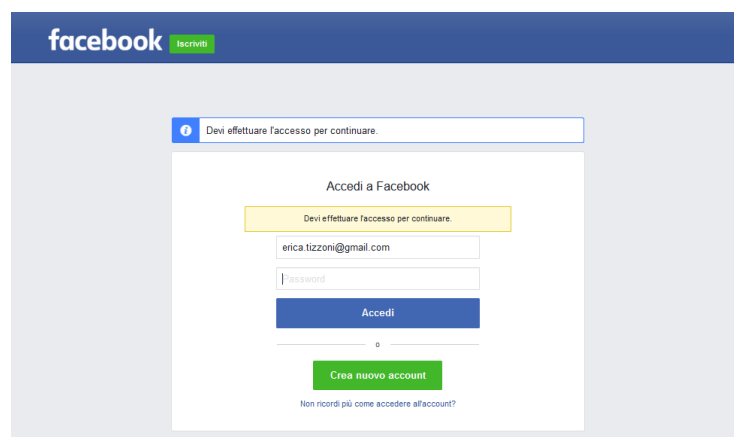


The screenshot shows the Facebook login page. At the top, there are fields for 'E-mail o telefono' (containing 'erica.tizzoni@gmail.com') and 'Password', with an 'Accedi' button. Below this, the 'Crea un nuovo account' section is highlighted with a red circle. It includes a green 'Iscriviti' button and a link that reads 'Crea una Pagina per un personaggio famoso, una band o un'azienda.'

2. Loggarsi oppure creare un profilo Facebook (al quale la pagina verrà poi associata)

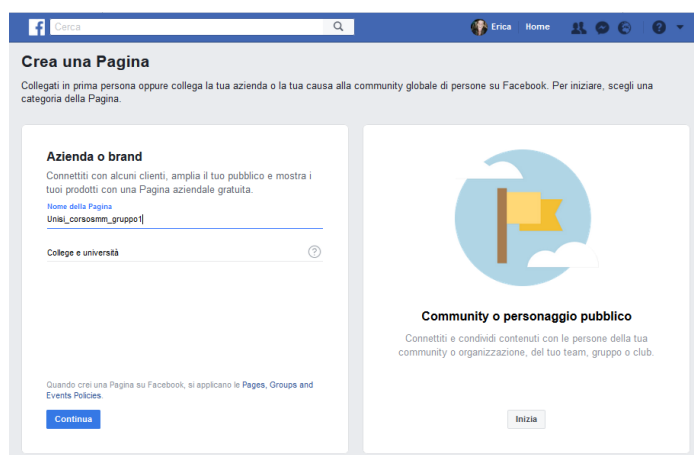
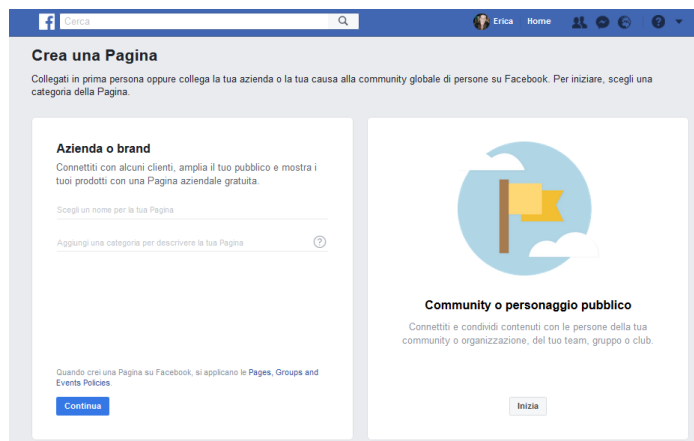


The screenshot shows the 'Crea una Pagina' page. It features two main options: 'Azienda o brand' and 'Community o personaggio pubblico'. A login modal is open over the page, showing the 'E-mail o telefono' and 'Password' fields, with the 'erica.tizzoni@gmail.com' email address entered. The modal also includes an 'Accedi' button and a 'Vuoi iscriverti e Facebook?' section with an 'Iscriviti' button.

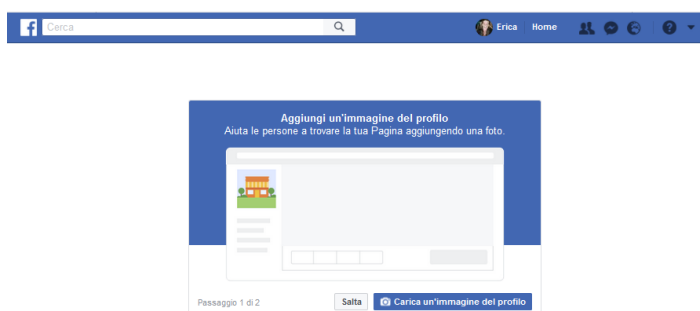


The screenshot shows the Facebook login page with the login form highlighted. It includes a notification bar that says 'Devi effettuare l'accesso per continuare.' Below this, the 'Accedi a Facebook' section contains the 'E-mail o telefono' and 'Password' fields, with 'erica.tizzoni@gmail.com' entered in the first field. There are 'Accedi' and 'Crea nuovo account' buttons, and a link for 'Non ricordi più come accedere all'account?'.

- Una volta effettuato l'accesso, cliccare sul bottone “Azienda o Brand” oppure “Community o Personaggio Pubblico”, definendo il nome della pagina con suffisso “**Unisi_corsosmm_nome-della-vostra-pagina**” e l'argomento di cui tratterete. Gli argomenti devono essere selezionati tra quelli proposti da Facebook.



- Costruite “la vostra immagine” 😊 attraverso l’inserimento di immagini per il profilo e per la copertina.



Per avere info sulle **dimensioni delle immagini di profilo e copertina**, visitate l'Help Center (o Centro Assistenza) di Facebook: <https://www.facebook.com/help/125379114252045>

Questo sito risponde a tutti i dubbi che potete avere in modo prettamente operativo, dai livelli base a quelli più avanzati.

The screenshot shows the Facebook help center interface. At the top, there is a search bar with the text "Ciao Erica, come possiamo aiutarti?". Below the search bar, there are navigation links: Home, Uso di Facebook, Gestione dell'account, Privacy e sicurezza, Normative e segnalazioni, and Messaggi assistenza (with a notification badge). On the left side, there is a vertical menu with various help topics like "Creazione di un account", "Aggiunta di amici", "La tua home page", "Messaggi", "Foto", "Video", "Pagine", "Gruppi", "Azioni", "Pagamenti", "App e giochi", "App Facebook per mobile e computer", and "Accessibilità". The main content area features the article title "Quali sono le dimensioni dell'immagine del profilo e di copertina della mia Pagina?". Below the title, there are tabs for "Assistenza per computer" and "Assistenza per mobile". A "Condividi l'articolo" button is also present. The article text provides the following information:

L'immagine del profilo della tua Pagina:

- viene visualizzata con dimensioni pari a 170 x 170 pixel sui computer, 128 x 128 pixel sugli smartphone e 36 x 36 pixel sulla maggior parte dei feature phone;

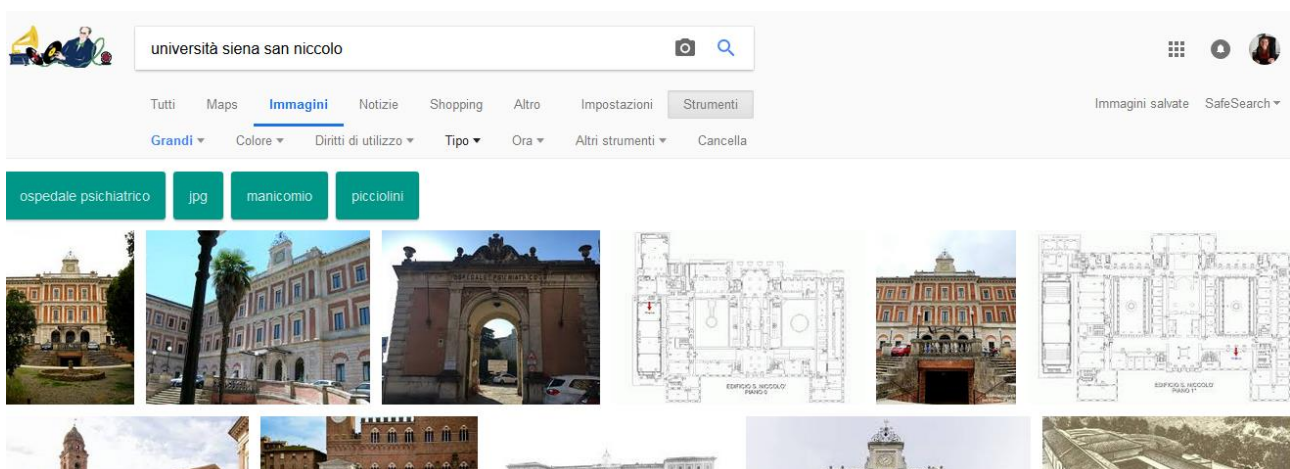
L'immagine di copertina della tua Pagina:

- viene visualizzata con una larghezza di 820 pixel e un'altezza di 312 pixel sui computer e con una larghezza di 640 pixel e un'altezza di 360 pixel sugli smartphone;
- deve avere almeno una larghezza di 400 pixel e un'altezza di 150 pixel;
- si carica più velocemente in formato JPG sRGB, se ha una larghezza di 851 pixel e un'altezza di 315 pixel e se le dimensioni del file sono inferiori a 100 kilobyte.

Per le immagini del profilo e di copertina contenenti il tuo logo o del testo, puoi ottenere una qualità superiore usando un file PNG.

Tieni presente che l'immagine del profilo della tua Pagina verrà ritagliata all'interno di un cerchio nelle inserzioni e nei post, ma rimarrà della stessa forma quadrata quando le persone visitano la

Per selezionare le immagini con le dimensioni piccole/medie/grandi, ricercare su [Google Images](#) e selezionare dalla tab "Immagini":



La pagina è creata 😊 E ora... Seeding! L'obiettivo è spargere la voce che è nata la vostra pagina.

The screenshot shows the Facebook interface for a newly created page named "Unisi_corsosmm_gruppo1". The page is for "UNIVERSITÀ DI SIENA". The header includes navigation tabs: "Pagina", "Posta", "Notifiche", "Insights", "Strumenti di pubblicazione", "Impostazioni", and "Assistenza". The profile picture is the University of Siena logo, and the cover photo is a building. Below the cover photo are buttons for "Mi piace", "Segui", "Condividi", and "Aggiungi un pulsante". A central message reads: "Ti diamo il benvenuto nella tua nuova Pagina. Prima di condividere la tua Pagina con gli altri, prova questi suggerimenti che ti aiutano a descrivere la tua azienda, il tuo brand o la tua organizzazione. Ti offriremo altri suggerimenti in un secondo momento." Below this are three suggestions: "Aggiungi una breve descrizione", "Crea un nome utente per la tua Pagina", and "Conosci amici a cui potrebbe piacere la tua Pagina?". The right sidebar shows a search bar for "Cerca amici da invitare" and a list of suggested friends: Francesco Mazzei, Elena Sacco Esb, and Giovanni Falzone, each with an "Invita" button.

LINEE GUIDA PER LA COSTRUZIONE DI UNA STRATEGIA EDITORIALE

Il prossimo passo è creare un piano editoriale coerente con quello che volete trasmettere ai vostri lettori. Le domande fondamentali:

1. Cosa voglio comunicare?

Qual è la mia VALUE PROPOSITION, ovvero, quali sono i valori per i quali voglio rendere il mio brand (le mie discussioni, etc.) "distintivo e differenziale" rispetto ai competitors?

2. Da chi è composta l'arena competitiva?

Chi sono i miei COMPETITORS? C'è qualcuno che si posiziona nel panorama con i miei stessi valori e li esprime bene? Mi voglio differenziare o lo voglio seguire? Quali canali e strategie utilizza?

3. A chi mi rivolgo ("per chi")?

Chi è il mio CLIENTE/UTENTE/LETTORE ?

A chi mi sto rivolgendo? È sui social? Come li usa?

Di quali argomenti parla tutti i giorni? Partecipa alle discussioni o si fa influenzare?

Sono un gran numero o una nicchia?

4. Qual è il mio obiettivo ("per cosa")?

Qual è il fine tattico, l'**obiettivo che voglio raggiungere con la creazione di questa pagina?**

Voglio comunicare il mio ruolo di "opinion leader" (la mia competenza) su un tema?

Voglio arrivare ad avere un numero di fan 5.000 in tre settimane?

Voglio invogliare ragazzi della mia età/adulti over 50/etc. a venirmi a trovare a teatro?

5. Per quale contesto?

Quale storytelling?

Come costruisco il mio *piano editoriale*, ovvero, seleziono i contenuti da postare?

Quale *tone of voice* devo scegliere per il canale/platea/coerenza con i valori trasmessi dal brand?

Con quale *tone of voice* presento i contenuti dei miei post?

Con quali tempistiche, ovvero costruisco il *calendario editoriale* ?

Modalità di presentazione: come snocciolo questi contenuti? Quali *format* posso usare?

Quali funzionalità mettono a disposizione Facebook, Instagram, etc.?

Es. se ho una pagina dell'Università... Obiettivo: far conoscere la struttura e voi.

- > creazione di una mini-serie settimanale di microvideo (sfruttate le app gratuite).
- > In ciascun video scegliete un protagonista: siete voi che filmate? Vi fate filmare?
- > Scegliete il tema del giorno ("oggi a mensa", "oggi in Aula XYZ")?
- > Pubblicate il video integrale a fine settimana col titolo: "Zuzzerellando @Unisi"

Quali altri canali posso sfruttare?

Sono su Facebook. Ci sono gruppi, pagine, eventi di altri che posso intercettare? Potrebbero essere interessati a mettere "Mi piace" sulla mia pagina?

Es. se ho una pagina dell'Università... Obiettivo: intercettare gli "esperti" sul tema (Opinion Leaders) e il loro pubblico

contatto pagine di altre università, gruppi di studenti che studiano lo stesso argomento ma anche: gruppi/pagine di riviste con cui condividere la stessa platea

Queste entità hanno anche profili su Instagram, Twitter, Snapchat...? Blog o sito web?

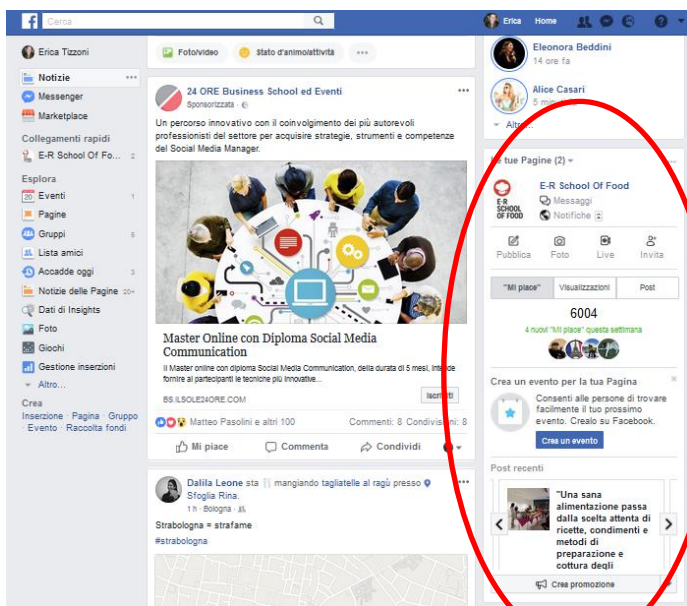
Posso ricondividere i loro contenuti su Facebook?

Come posso lavorare in sinergia con tutti gli strumenti di comunicazione (sito web, blog, SN miei e non solo – earned + owned)?

Devo far ricorso alla pubblicità? Che tipo di pubblicità (banner display)? Quanto ci voglio spendere?

Es. se ho una pagina dell'Università... Obiettivo: Voglio far sapere a tutti i Senesi che esiste
-> 3 euro a settimana, con raggio d'azione entro i 30 km, promozione dei "Mi Piace" sulla mia pagina.

-> Quali formati ho a disposizione? Banner solo grafico? Con testo? Quale copy?



In bocca al lupo ☺