



**Forum Risk Management**  
obiettivo sanità & salute

18

**21-24 NOVEMBRE 2023**  
**AREZZO FIERE E CONGRESSI**

**Veronica Gentili**  
Esperta di social media marketing



**Forum Risk Management**  
obiettivo sanità & salute

**21-24 NOVEMBRE 2023**  
**AREZZO FIERE E CONGRESSI**

18

**Social Personal Branding**  
**PER INFERMIERI**  
con *Veronica Gentili*

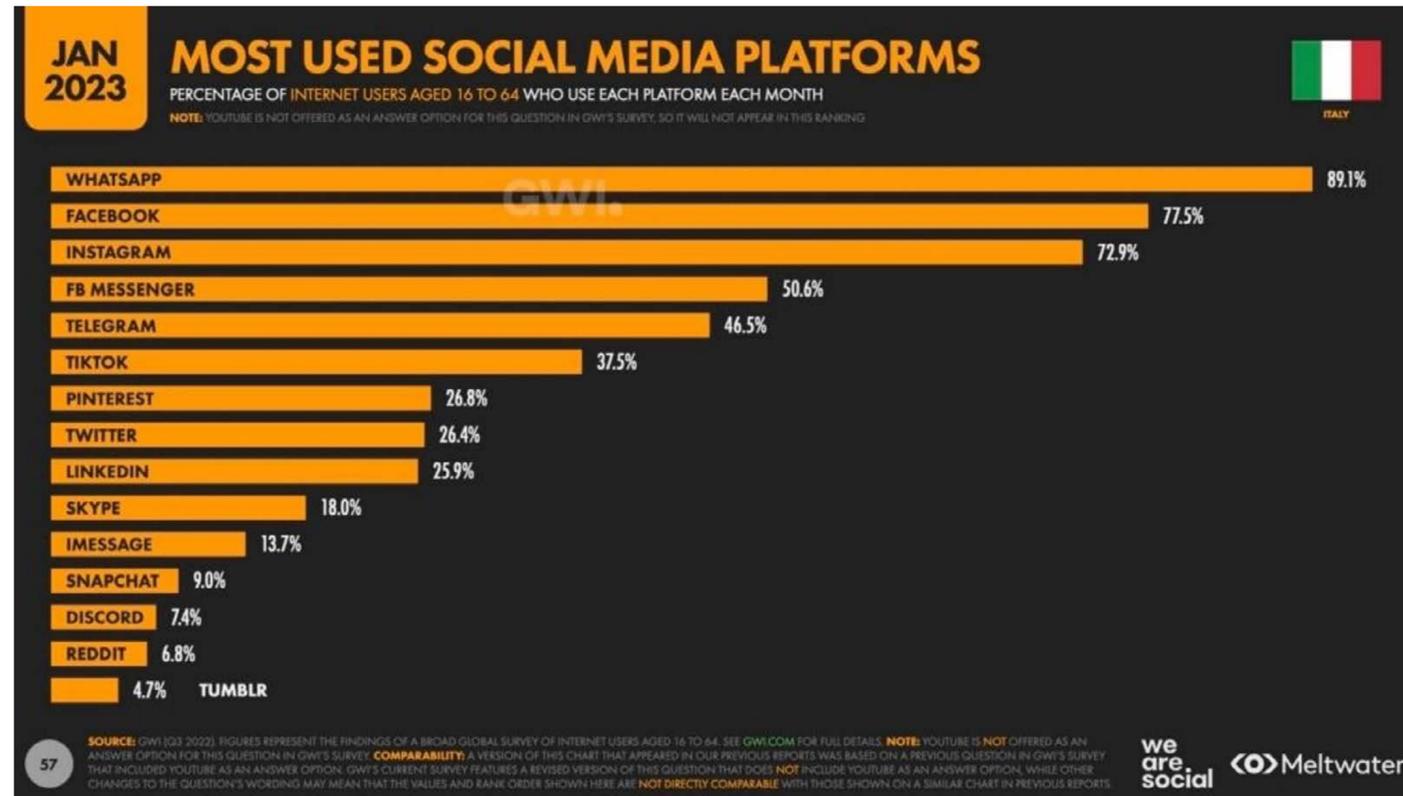
#ForumRisk18

f t i y www.forumriskmanagement.it

# Social Media oggi: di che numeri parliamo?

## Cosa vedremo insieme oggi

- I veri numeri dei social
- Come presentarsi al meglio: l'ottimizzazione dei profili
- Contenuti: cosa e quanto pubblicare?
- I segreti per una strategia social di successo



Social Media in Italia  
**Dove passiamo più tempo?**



Fonte: Vincenzo Cosenza / "Social media in Italia: utenti e tempo di utilizzo 2022"  
 Campione età: 18-74

VERONICA GENTILI www.veronicagentili.com



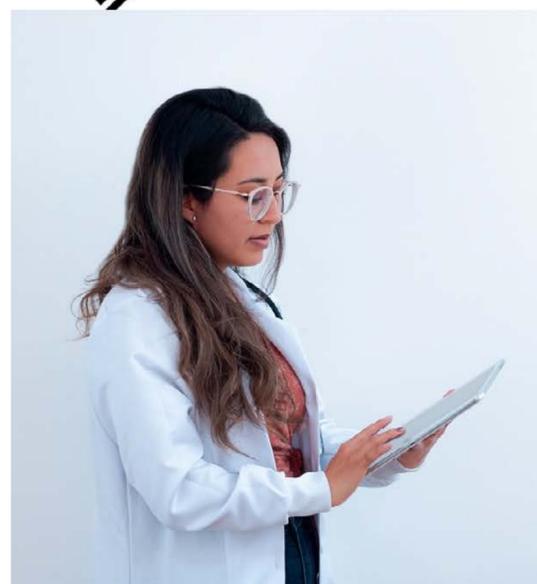
**Dove vale la pena essere presente per il mio lavoro?**



Google  
Business Profile







### Curare la tua presenza social è fondamentale per:

- Farti trovare da chi ti cerca
- Acquisire fiducia e credibilità
- Acquisire contatti e clienti
- Mantenere i clienti acquisiti
- Stimolare il passaparola

#ForumRisk18



[www.forumriskmanagement.it](http://www.forumriskmanagement.it)



### Scegliamo con attenzione dove essere presenti!

- Essere ovunque poco e male **NON è una strategia**
- Selezioniamo gli spazi in cui essere presenti in base alle nostre target persona
- **“Less is more”** > meglio essere presenti in meno spazi ma in modo continuativo e professionale che in tanti, ma in modo amatoriale e discontinuo.

#ForumRisk18



[www.forumriskmanagement.it](http://www.forumriskmanagement.it)

## Cosa significa fare Personal Branding?

*Saper valorizzare in modo strategico e mirato le proprie competenze ed esperienze al fine di generare business.*

### Per far bene Personal Branding devi aver chiaro:

- I tuoi talenti
- I tuoi punti di forza
- I tuoi punti di debolezza
- Le tue target persona



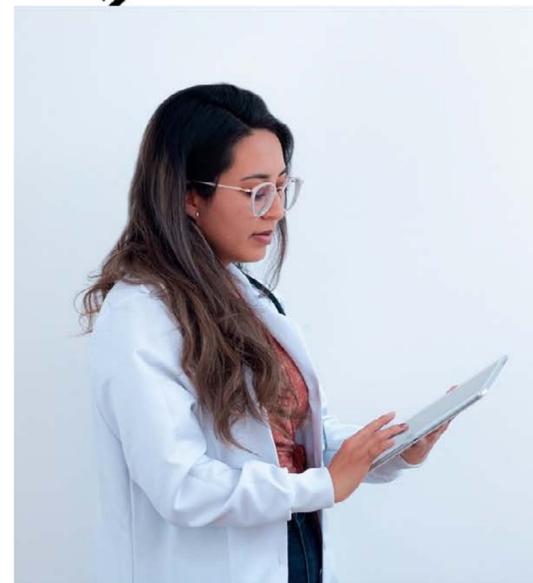
**Rendere i social una risorsa per il proprio lavoro non è una campagna, ma un percorso**

- Non si diventa professionisti affermati e riconosciuti in un giorno
- Fiducia e autorevolezza si conquistano con il tempo
- **Online ci portiamo ciò che siamo offline**
- La propria competenza va poi confermata di giorno in giorno
- Per restare *Top of mind* è necessario un lavoro continuativo

#ForumRisk18



[www.forumriskmanagement.it](http://www.forumriskmanagement.it)



### Ti sei mai chiesto/a...

- Cosa ti rende unico/diverso dagli altri?
- Perché le persone dovrebbero scegliere proprio te?

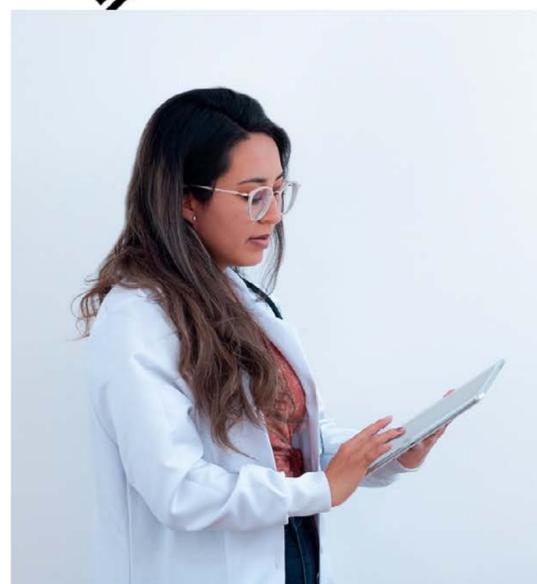
### E soprattutto...

- Lo sto comunicando in modo in modo chiaro, continuo e coerente?

#ForumRisk18



[www.forumriskmanagement.it](http://www.forumriskmanagement.it)



**Dobbiamo lavorare su:**

- **COME** ci presentiamo (account social)
- **COSA** raccontiamo (contenuti)
- **QUANTO** raccogliamo (risultati)

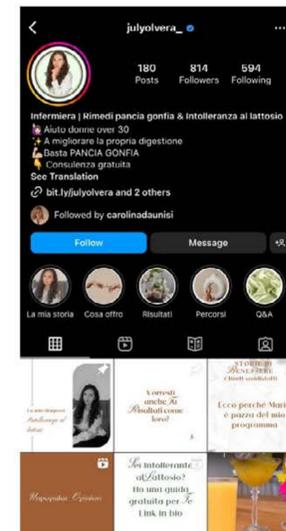
#ForumRisk18



[www.forumriskmanagement.it](http://www.forumriskmanagement.it)

## STEP 1. Gli account social

- Sono il tuo biglietto da visita
- **Non c'è una seconda possibilità di fare una prima buona impressione**
- Possono essere una grande risorsa di business, SE usati bene

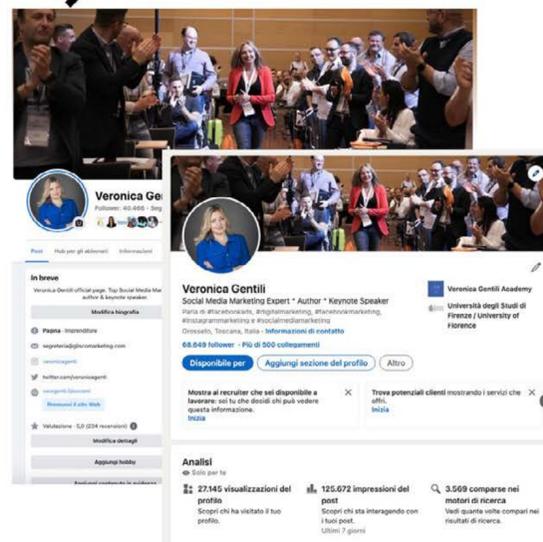


Linktree\*

#ForumRisk18



[www.forumriskmanagement.it](http://www.forumriskmanagement.it)

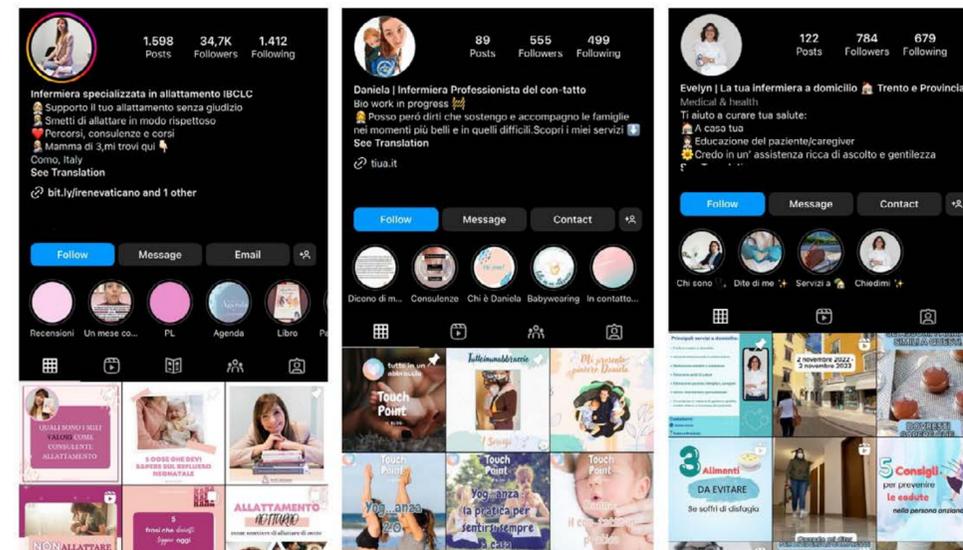


**Prova a guardare “da fuori” gli account social in cui sei presente...**

- Ti sembra di presentarti al meglio?
- Emerge ciò che ti rende unic\*?
- È tutto coordinato?
- È tutto aggiornato?

## I fondamentali per l'account social perfetto

- **Immagine di profilo:** usa un'immagine uguale, aggiornata e professionale per tutti gli account social. Facilita il riconoscimento!
- **Username:** se possibile usa username tutti uguali, brevi e semplici (es. @lucarossoinfermiere)
- **Descrizione:** emergono LE PAROLE CHIAVE che ti contraddistinguono?
- **Invito all'azione:** è adeguatamente ottimizzato? Rimanda a un'azione centrale per il tuo business (es. richiesta info/prenotazione)?
- Collega **WhatsApp Business!**



**CHI dovrebbero essere i tuoi follower?**



**IL PIANO EDITORIALE**  
**Cosa pubblicare?**  
[Testa almeno 4 rubriche!]

**STEP 2. I contenuti**

- Quali sono le domande che mi fanno più spesso?
- Quali i miti da sfatare?
- Come svolgo quotidianamente il mio lavoro?
- A quali bisogni/desideri rispondo con i miei servizi?
- Quali novità/informazioni sono rilevanti per il mio cliente tipo?

*“Le persone comprano più volentieri da persone simili a loro/che stimano/con cui condividono valori ed esperienze”*

- In quali valori credi?
- Cosa fai concretamente per rendere il mondo un posto migliore?
- Cosa fai nel tuo tempo libero?

**Come “è fatto” un post di successo?**



Prima di pubblicare qualcosa chiediti se:

- ✓ Rispecchia il tipo di persona/professionista nel quale ti identifichi
- ✓ Potrebbe ledere la tua reputazione/ quella della tua attività
- ✓ Potrebbe offendere qualcuno
- ✓ Potrebbe disturbare qualcuno
- ✓ Potrebbe venir frainteso

  
www.veronicagentili.com

## Attenzione!

- **Usiamo un linguaggio semplice e comprensibile** per il tuo potenziale cliente
- **Usiamo una voce adatta al tuo ruolo e al tuo posizionamento:** fare i simpaticoni sui social non è sempre una scelta coerente e premiante, anzi
- Possiamo anche inserire **termini specifici**, ma spieghiamoli!
- Attenzione a **ciò che diciamo e come lo diciamo, sempre.**

## Ricordiamoci il Manifesto della comunicazione non ostile

**1. Virtuale è reale**

Dico e scrivo in rete solo cose che ho il coraggio di dire di persona.

**2. Si è ciò che si comunica**

Le parole che scelgo raccontano la persona che sono: mi rappresentano.

**3. Le parole danno forma al pensiero**

Mi prendo tutto il tempo necessario a esprimere al meglio quel che penso.

**4. Prima di parlare bisogna ascoltare**

Nessuno ha sempre ragione, neanche io. Ascolto con onestà e apertura.

**5. Le parole sono un ponte**

Scelgo le parole per comprendere, farmi capire, avvicinarmi agli altri.

**6. Le parole hanno conseguenze**

So che ogni mia parola può avere conseguenze, piccole o grandi.

**7. Condividere è una responsabilità**

Condivido testi e immagini solo dopo averli letti, valutati, compresi.

**8. Le idee si possono discutere.**

**Le persone si devono rispettare**

Non trasformo chi sostiene opinioni che non condivido in un nemico da annientare.

**9. Gli insulti non sono argomenti**

Non accetto insulti e aggressività, nemmeno a favore della mia tesi.

**10. Anche il silenzio comunica**

Quando la scelta migliore è tacere, taccio.

**Quali contenuti?**



**RISORSE UTILI**



**CONSIGLI**



**QUOTIDIANO**



**VALORI**

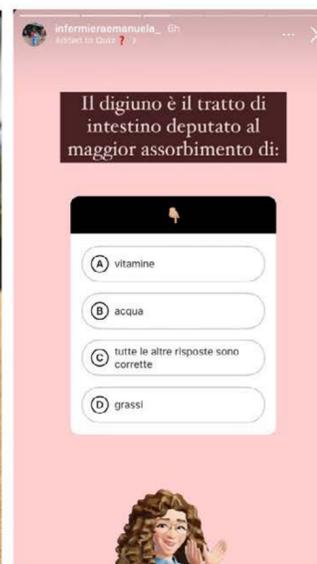
**Usa le Stories per...**



**DIETRO LE QUINTE**



**RICETTE**



**QUIZ**



**QUOTIDIANO**

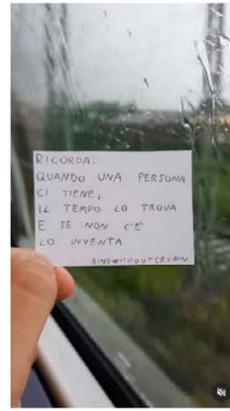


**Metterci la faccia  
è la scelta migliore  
che puoi fare.**

**Veronica, non me la sento di mettere la faccia nei video/Reels. Cosa fare?!**



Concetto  
 con voce fuori campo  
[LINK](#)



Frase con musica di sottofondo  
[LINK](#)



Frase/Consigli  
[LINK](#)



Prima/Dopo  
[LINK](#)



Preparazione con voce fuori campo  
[LINK](#)

## Quanto pubblicare?

**Meglio meno,  
ma di qualità!**

- **anche solo 2 post a settimana**, purché siano contenuti di valore
- le Stories, per loro natura effimera, **almeno 2 al giorno**
- **il formato visuale (immagini e video) è fondamentale!**
- su giorni e orari facciamo dei test



I social media possono essere  
un grande alleato nel tuo lavoro...

se usati  
con costanza, strategia  
e dando valore alla tua community.



### **Delitti in materia di violazione del diritto d'autore (Art. 25-novies, D.Lgs. n. 231/2001) [articolo aggiunto dalla L. n. 99/2009]**

- Messa a disposizione del pubblico, in un sistema di reti telematiche, mediante connessioni di qualsiasi genere, di un'opera dell'ingegno protetta, o di parte di essa (art. 171, legge n.633/1941 comma 1 lett. a) bis)
- Reati di cui al punto precedente commessi su opere altrui non destinate alla pubblicazione qualora ne risulti offeso l'onore o la reputazione (art. 171, legge n.633/1941 comma 3)
- Abusiva duplicazione, per trarne profitto, di programmi per elaboratore; importazione, distribuzione, vendita o detenzione a scopo commerciale o imprenditoriale o concessione in locazione di programmi contenuti in supporti non contrassegnati dalla SIAE; predisposizione di mezzi per rimuovere o eludere i dispositivi di protezione di programmi per elaboratori (art. 171-bis legge n.633/1941 comma 1)
- Riproduzione, trasferimento su altro supporto, distribuzione, comunicazione, presentazione o dimostrazione in pubblico, del contenuto di una banca dati; estrazione o reimpiego della banca dati; distribuzione, vendita o concessione in locazione di banche di dati (art. 171-bis legge n.633/1941 comma 2)
- Abusiva duplicazione, riproduzione, trasmissione o diffusione in pubblico con qualsiasi procedimento, in tutto o in parte, di opere dell'ingegno destinate al circuito televisivo, cinematografico, della vendita o del noleggio di dischi, nastri o supporti analoghi o ogni altro supporto contenente fonogrammi o videogrammi di opere musicali, cinematografiche o audiovisive assimilate o sequenze di immagini in movimento; opere letterarie, drammatiche, scientifiche o didattiche, musicali o drammatico musicali, multimediali, anche se inserite in opere collettive o composite o banche dati; riproduzione, duplicazione, trasmissione o diffusione abusiva, vendita o commercio, cessione a qualsiasi titolo o importazione abusiva di oltre cinquanta copie o esemplari di opere tutelate dal diritto d'autore e da diritti connessi; immissione in un sistema di reti telematiche, mediante connessioni di qualsiasi genere, di un'opera dell'ingegno protetta dal diritto d'autore, o parte di essa (art. 171-ter legge n.633/1941)
- Mancata comunicazione alla SIAE dei dati di identificazione dei supporti non soggetti al contrassegno o falsa dichiarazione (art. 171-septies legge n.633/1941)
- Fraudolenta produzione, vendita, importazione, promozione, installazione, modifica, utilizzo per uso pubblico e privato di apparati o parti di apparati atti alla decodificazione di trasmissioni audiovisive ad accesso condizionato effettuate via etere, via satellite, via cavo, in forma sia analogica sia digitale (art. 171-octies legge n.633/1941).

**[Torna all'inizio](#)**