

# Comunicare e promuovere gli eventi attraverso il web marketing

## sabato 29 ottobre 2016

Sala Civica Municipio Canaro RO

Piazza XX Settembre, 137



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





## Maria Cristina Pizzato

- Web Marketing Specialist
- Consulente di Inbound Marketing

Aiuto aziende, associazioni e professionisti a migliorare la loro presenza online.

# INTRODUZIONE AL WEB



# Di cosa parleremo

- Strategie di comunicazione e marketing
- Il web marketing: obiettivi, target, strategie, risultati
- Social media marketing
- Eventi Veneti Pro Loco: nuova pagina Facebook
- Sito web Unpli Veneto

# Fondamenti di Internet Marketing

**DEFINIZIONE:** il **web marketing** è la branca delle attività di marketing che **sfrutta il canale web per studiare il mercato e sviluppare i rapporti commerciali** (*promozione/pubblicità, comunicazione, distribuzione, vendita, assistenza alla clientela, etc.*), attirando utenti di internet interessati ai suoi prodotti/servizi.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Fondamenti di Internet Marketing



**OBIETTIVO PRIMARIO:** convertire, ovvero raggiungere l'obiettivo prefissato dal sito web tramite l'acquisizione di visitatori target provenienti da una o più attività del web marketing.

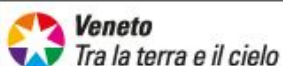
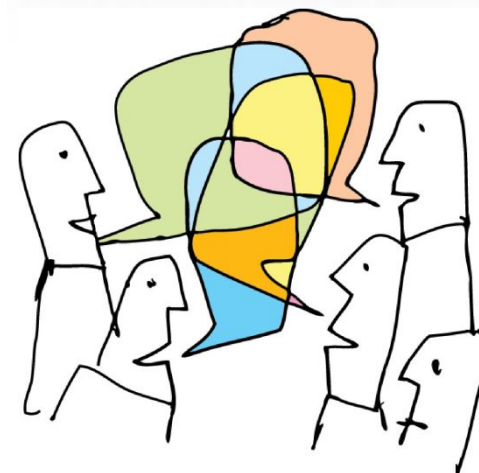
- **In sintesi:** ottenere la massima visibilità su internet in relazione al proprio target.



# Fondamenti di Internet Marketing

In ambito web marketing possiamo distinguere:

- **Web marketing promozionale** - le tecniche **adv** classiche (banner, rich media, pop-up, pop-under, interstiziali, sponsorizzazioni);
- **Comunicazione online** – ottenere visibilità attraverso azioni non (direttamente) a pagamento (es. pubbliche relazioni, produzione di contenuti interessanti, informazioni utili, gestione di una community, meccanismi virali).



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



# Fondamenti di Internet Marketing

## CONCETTI CHIAVE



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





# Fondamenti di Internet Marketing

- **TARGET:** identificazione di un **pubblico di riferimento** per la vostra offerta/comunicazione



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Fondamenti di Internet Marketing

- **OBIETTIVO:** il **risultato** che si vuole ottenere con l'attività di web marketing

L'obiettivo deve essere:

- **Definito:** si devono evitare obiettivi troppo generici e non univoci;
- **Misurabile:** assicurarsi di avere gli strumenti per monitorare i propri risultati;
- **Raggiungibile:** evitare di porre alla base di strategie di comunicazione obiettivi irrealizzabili.



# Fondamenti di Internet Marketing

- **CONVERSIONE:** il conversion rate (tasso di conversione) è la percentuale di visitatori che hanno effettuato l'operazione desiderata visitando il vostro sito/pagina.

L'**azione desiderata** può essere condurre alla vendita del prodotto/servizio o la lead generation (il contatto, l'iscrizione, la visita di una pagina chiave del sito, o altre azioni misurabili)



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

# web2.0



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

Il **Web 2.0** è un termine utilizzato per indicare uno stato dell'evoluzione del World Wide Web, rispetto a una condizione precedente.

Si indica come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono **uno spiccato livello di interazione** tra il sito web e l'utente, come i **blog**, i **forum**, le chat, i wiki, le piattaforme di **condivisione di media** (Flickr, Youtube, Instagram) i **social network** (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Foursquare, ecc.).





# Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

In questa nuova ottica cambia anche il modo di comunicare, e quindi le strategie di marketing.



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)

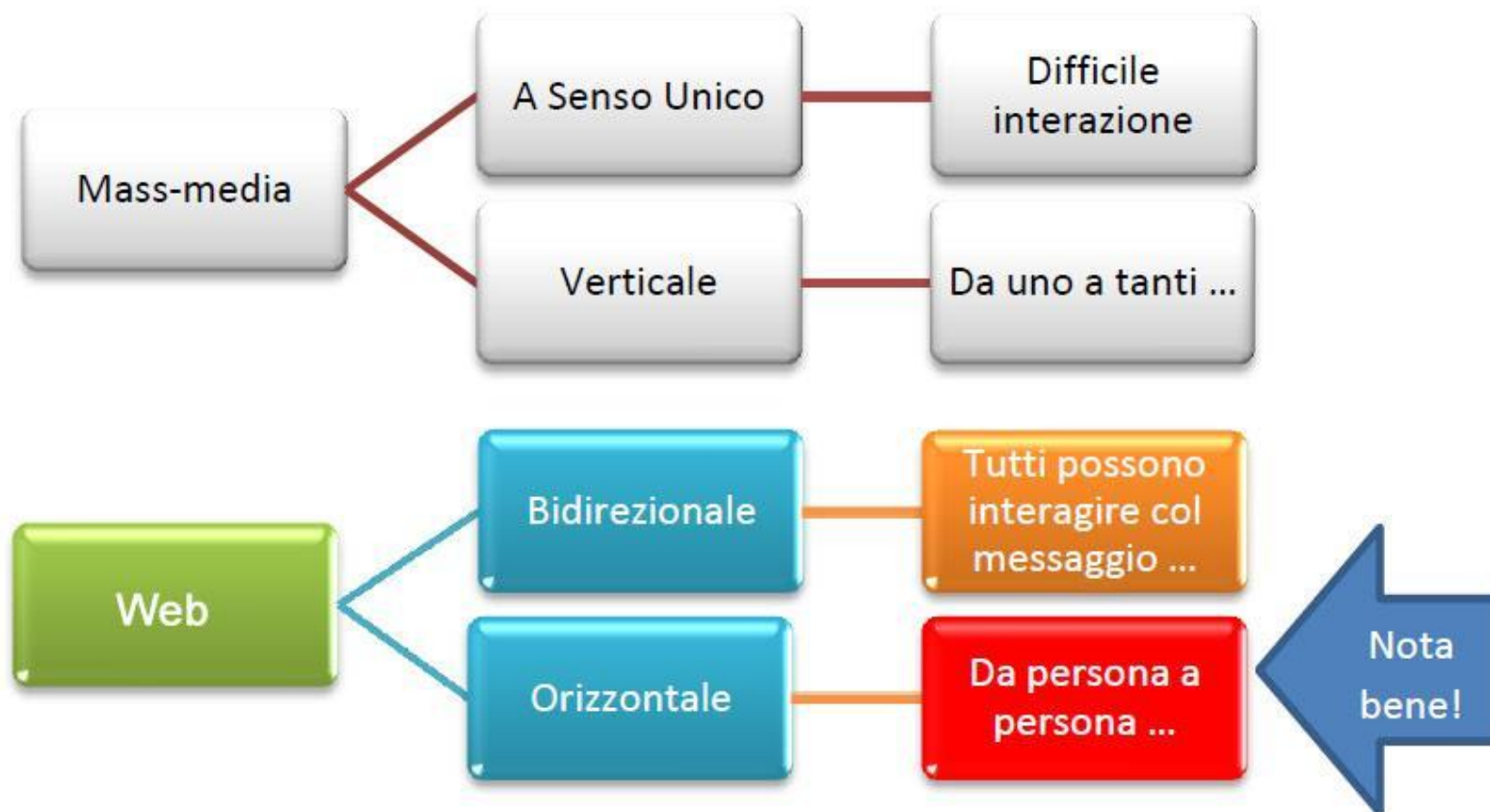


PRO LOCO



# Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

La comunicazione:





# Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

## Tendenze verso il web 3.0:

- Dall'Interruption marketing al Permission marketing;
- Passaggio da una logica di marketing Product-oriented ad una Customer-oriented;
- L'impresa/Associazione/Professionista come fornitori di informazioni;
- L'interlocutore diventa elemento attivo del processo di marketing;
- La vendita non è l'obiettivo primario, ma la naturale conseguenza della relazione instaurata.



# Dal Marketing 1.0 al Marketing 2.0

Nuove logiche di comunicazione:



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA

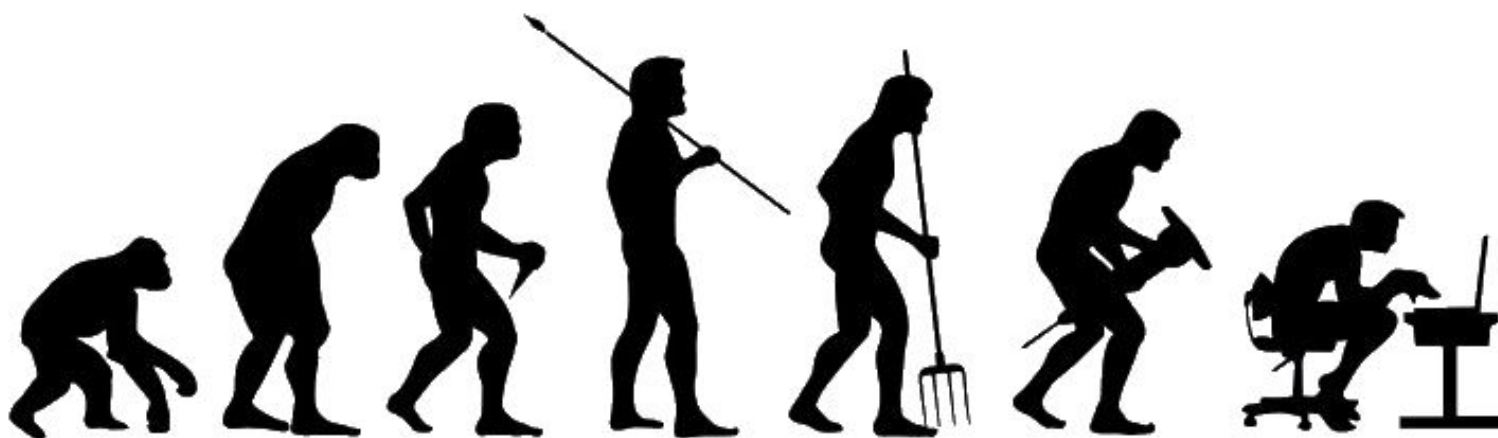


COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Le fasi del Web Marketing



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Le fasi si traducono in:

1. **Studio** del mercato/contesto (**fase analitica**)
2. **Pianificazione** di un progetto (**fase strategica**)
3. **Realizzazione** di un sito internet (**fase operativa**)
4. **Promozione** del sito (**fase monitoraggio**)



# 1. Il Piano di marketing in rete

Il piano di web marketing è il documento che definisce le vostre attività. E' la **descrizione del vostro progetto**.

In esso bisogna indicare con chiarezza:

- Obiettivi
- Target
- Tempi
- Strumenti
- Budget
- Rischi



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



# 3 domande preliminari a una strategia di Web Marketing



1. Qual è l'**obiettivo** che deve raggiungere il mio sito web/profilo social?
2. Qual è il **target** di visitatori che mi aspetto raggiunga il mio obiettivo?
3. Quali sono i **mezzi**, ovvero le attività di web marketing, più idonee ad identificare/raggiungere il mio target e raggiungere il mio obiettivo?





# Attività di web marketing: Social Media Marketing

I **Social Media** sono tutti gli spazi nei quali le persone si incontrano online, si conoscono, si scambiano pareri, critiche ed opinioni ed hanno conversazioni su temi per loro rilevanti (Social Network, Blog, Forum).

Il **Social Media Marketing** è quella branca del marketing che si occupa di generare visibilità sui social media.

Racchiude una serie di pratiche che vanno dalla gestione dei rapporti online (PR 2.0) all'ottimizzazione delle pagine web fatta per i social media (SMO, Social Media Optimization), all'advertising sui social network (ad esempio Facebook Advertising e LinkedIn ADS).





# Domande?



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

Prima di iniziare qualsiasi strategia sui social media è fondamentale **definirne gli obiettivi**, capire qual è il problema di marketing/comunicazione/business che bisogna risolvere. I social media devono essere **parte integrante dell'attività aziendale**, per creare un sistema di relazione, ascolto, comprensione e innesco del passaparola.



## Ecco alcuni esempi di obiettivi per un progetto di Social Media Marketing:

1. Alimentare il *traffico qualificato* proveniente dai canali social
2. incrementare le vendite ampliando la *visibilità*, grazie al passaparola sui social
3. migliorare immagine e reputazione dell'associazione grazie al numero di citazioni e menzioni positive sui social network
4. acquisire nuovi contatti qualificati
5. migliorare il livello di conoscenza dei nostri contatti analizzando le conversazioni online
6. ridurre i costi di volontari offrendo servizi di social customer care
7. aumentare la partecipazione ad un evento grazie a campagne di promozione sui social media

# L'approccio **POST**

Per la definizione della tua strategia social tieni presente l'acronimo POST

**P**

come **persone**: analizza prima le persone, comprendi e segmenta il pubblico a cui intendi rivolgerti

**O**

come **obiettivi**: definisci poi i tuoi obiettivi, il 'cosa'

**S**

come **strategia**: stabilisci il percorso, l'approccio, il 'come'

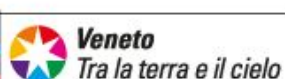
**T**

come **tecnologia**: solo alla fine scegli le piattaforme tecnologiche e costruisci il tuo ecosistema digitale

# Content Marketing

Chiediti cosa vorrebbero leggere i tuoi  
lettori, fan follower.

I contenuti sono la linfa vitale  
generare engagement.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





# Content Marketing

**Il piano editoriale è un progetto vivo, in movimento,** può essere modificato in base ai feedback e alle interazioni che si ricevono e, proprio per questo, segue la logica delle relazioni con i lettori.

Sarà quindi utilissimo per:

- pianificare i tuoi contenuti
- fissare idee e concetti
- programmare la comunicazione in modo chiaro
- focalizzare obiettivi realistici
- definire una strategia ben definita



# Content Marketing

## Piano editoriale: blog o social?



Diffondere i contenuti:

- sul blog
- sui social



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO

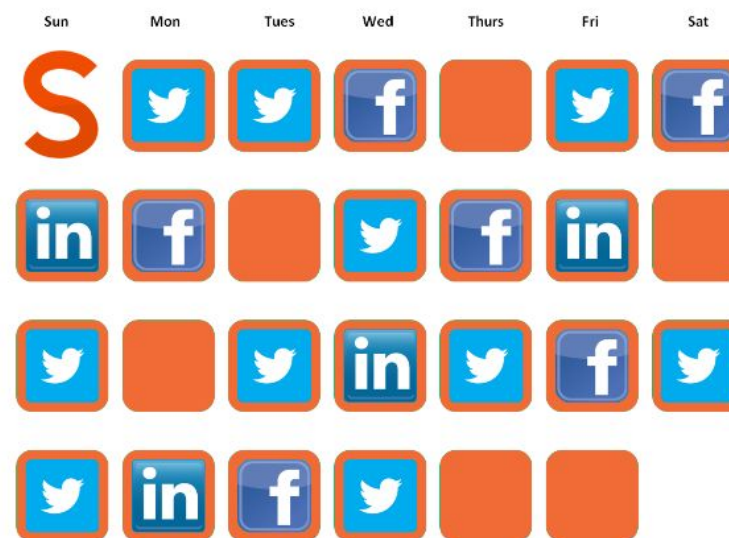


# Content Marketing

## Piano editoriale: più social, più azioni?

Ogni social merita attenzioni diverse, si lavora su più **livelli**

- Tempistiche e cadenze
- Linguaggio
- Immagini/foto



# Ogni canale social...



# Content Marketing

La **parte operativa del piano editoriale** si realizza tramite l'impostazione di un **calendario editoriale**.

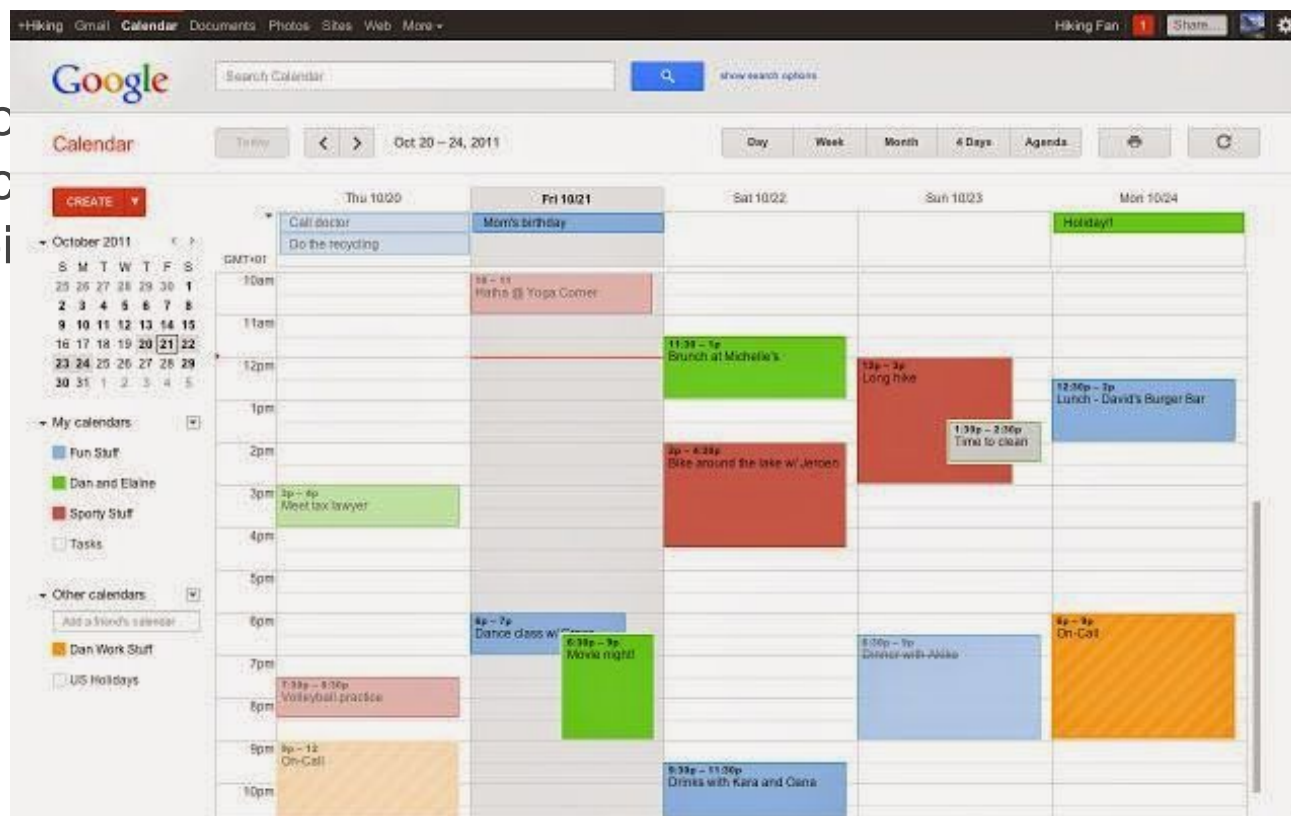
E' possibile utilizzare un foglio excel oppure, come faccio io, un foglio di calcolo di **Google Drive**, che tra i tanti vantaggi, ha anche quello di essere **naturalmente condivisibile con eventuali collaboratori**.



# Content Marketing

La parte operativa del piano editoriale si realizza tramite l'impostazione di un calendario editoriale.

E' possibile utilizzare un foglio di calcolo di **Google Drive**, o naturalmente condivisibile.





# Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

## Da cosa partono le attività di Digital PR

Il primo passo è l'**ascolto**.



Quindi la parola d'ordine è **monitorare**.

# Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

## I 4 step per costruire una seeding strategy

- **dove** (qual è il target della campagna, quali fonti da considerare, aree tematiche)
- **come** intervenire (conversation seeding, product test, eventi, ecc.)
- **cosa**: content strategy: i contenuti da proporre
- **risultati**: misurarli

# Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy



## Dove

Il processo di identificazione delle aree di intervento è detta **audit** e vede la mappatura dei **seeding channels** da coinvolgere.

Il database in questa fase iniziale costituisce un elemento importante e che può essere costituito anche da un foglio di Excel dove si registrano e catalogano tutte le **informazioni** sul singolo sito/community/blog/account con cui si è innescata una relazione o che si è contattato.

Il database è fondamentale perché permette di **tracciare la relazione** che abbiamo avuto con questa persona e avere così uno storico.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PROLOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

Come

Ecco alcuni esempi con cui è possibile coinvolgere i blogger:

- give-away
- blog sponsored post
- product test
- blogger day
- blog trip



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

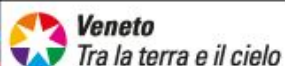


## Cosa

Questo step è la fase della **content strategy** vera e propria.

Il contenuto da proporre, da inseminare in rete, deve essere interessante e identificare i messaggi chiave che rendono il racconto interessante per il nostro interlocutore.

Deve far scattare qualcosa, toccare le corde vibranti e le tensioni scoperte per **innescare il buzz, il passaparola**.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Digital PR: dall'ascolto alla Content Strategy

## Misurare

In generale e brevemente ecco in base a cosa **misurare** la bontà dell'attività di digital PR:

- numero di post e articoli che hanno parlato del nostro brand
- numero di citazioni del brand
- numero di condivisioni, commenti, like di un post
- dati di traffico/visite ai post
- tipologia di blog, siti community e utenti coinvolti
- reach della campagna, quante persone siamo riusciti a raggiungere
- click ai nostri spazi
- modifiche alla serp di google
- visualizzazione di materiale multimediale



# Ma perchè abbiamo parlato di tutto questo?



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Social Media Marketing...iniziamo

L'opportunità strategica che si cela dietro ai social network per le associazioni è quella di **ripensare da zero** la propria presenza online e l'uso che viene fatto della rete.

Il primo passo è quello di mettere ordine in casa propria e portare alla luce le preziose informazioni che giacciono impolverate dentro alle associazioni.



# Quali strumenti attivare per farlo?



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Social Media Strategy: Facebook

**Facebook** è lo strumento d'elezione della maggior parte delle associazioni che 'sbarcano' sui Social Media.

Non va dimenticato che siamo in un contesto di **social networking**, dove vale quanto detto sopra in termini di **strategia, netiquette ed interazioni.**



*Facebook in una riga:  
un'ottima piattaforma di  
marketing, da impostare in  
un'ottica di social  
networking.*



# Social Media Strategy: Twitter

**Twitter** è un ottimo strumento di distribuzione notizie e veloci punti di vista o scambi di opinione.

*Twitter in una riga: per le associazioni  
'optioneted'*



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





# Social Media Strategy: LinkedIn

**LinkedIn** è un **business social network**, e la gente ci sta per tre motivi:

- trovare o cambiare lavoro
- fare new business
- discutere di temi professionali



*Linkedin in una riga: per creare una business community*



# Social Media Strategy: Instagram

**Instagram** è nato nel 2010 come semplice app, da quando nel 2012 è stato acquistato da Facebook, **la condivisione di foto è diventato un modo incredibilmente potente**, per le aziende e per i brand, di **coinvolgere clienti e generare contatti utili**.

*Instagram in una riga: scatta,  
elabora, condividi*



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO

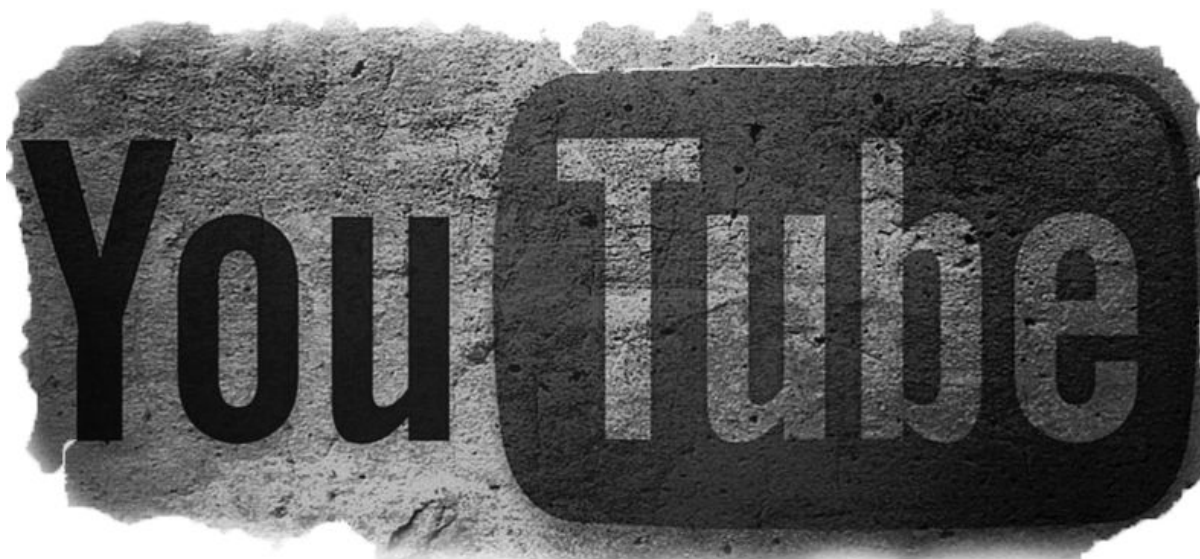


COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



# Social Media Strategy: YouTube

Con **YouTube** potete immaginare di avere la vostra TV, oneri e onori.



*YouTube in una riga: e se fosse la vostra Internet TV?*



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Social Media Strategy

Una volta definiti gli elementi di base, sono **3 i parametri** su cui impostare la nostra strategia:

**Socialità**

**Schiettezza**

**Trasparenza**



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Il network dentro l'associazione

Ora che abbiamo definito cos'è e come funziona un social network, proviamo a pensare alla nostra stessa associazione come ad un social network.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO

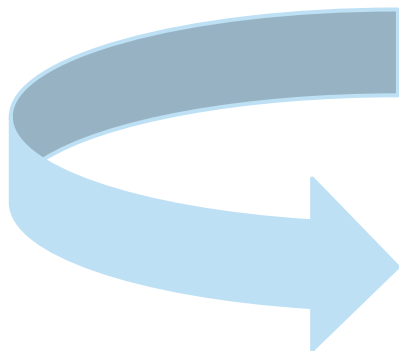


## Prima di iniziare:

Comunicare la  
strategia sui  
social network  
all'interno  
dell'associazione,  
raggiungendo più  
persone possibili.

Definite alcune  
regole di  
comportamento

**Social  
Media Day**



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



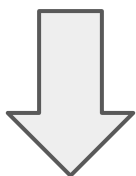
PRO LOCO



# Il network dentro l'associazione: le policies

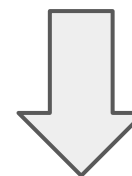
Una buona regola prima di partire sarà quella di definire:

Social media  
policy **interna**



per regolare il rapporto  
tra gli operatori/gestori e i  
social media aziendali

Socia media  
policy **esterna**



per definire le modalità  
operative  
dell'associazione sui  
social network



# La social media policy interna

E' un documento molto importante, che dovrà fare questo:

Informare  
l'associazione delle  
attività intraprese sui  
social

Disciplinare tali attività  
e l'interazione che i  
dipendenti/associati  
terranno con esse

Sensibilizzare i  
dipendenti/associati  
sull'uso personale dei  
social media

Definire alcune regole  
sull'uso personale di  
blog e social network

# Costruzione di una identità digitale

La presenza di un'associazione sui social media può rappresentare la prima o la primaria fonte di relazione con il suo pubblico.

Ne consegue che quella che state progettando è in qualche misura l'**identità** della vostra associazione sul web.

L'identità digitale presenta due punti critici da considerare con attenzione

Coordinamento con la corporate identity o le brand guideline.

Adeguamento alla specificità del mezzo

# Roadmap per una social media strategy

Ricapitoliamo....



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



Rivediamo velocemente gli elementi costitutivi di una social media strategy:

- La community del vostro brand vivrà al 90% su **property non vostre**.
- Avviate un **monitoraggio preliminare** ampio e strutturato prima di delineare la strategia.
- Inserite l'**ascolto strutturato in real time** come primo elemento della strategia.
- Scegliete il **tipo di strategia**: presidio, promozione, progetto o solo ascolto?

- Scegliere in base alla strategia quali spazi presidiare.
- Programmare la crescita della vostra presenza (organica, promozionale, media)
- Definire uno stile di relazione.
- Condividere la strategia internamente e cercare di coinvolgere più persone possibili.
- Definire una policy interna e una esterna.



# E' tutta una questione di contenuti!



Grazie ai social media **ciascun individuo** connesso alla rete è oggi in grado di produrre contenuti che possono essere veicolati a livello globale.



Veneto  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# E' tutta una questione di contenuti!

Con una **buona strategia** e dei **buoni contenuti**, anche la più piccola realtà commerciale/associazione può ottenere risultati impensabili prima dell'affermarsi dei social media.

## Il rovescio della medaglia....



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



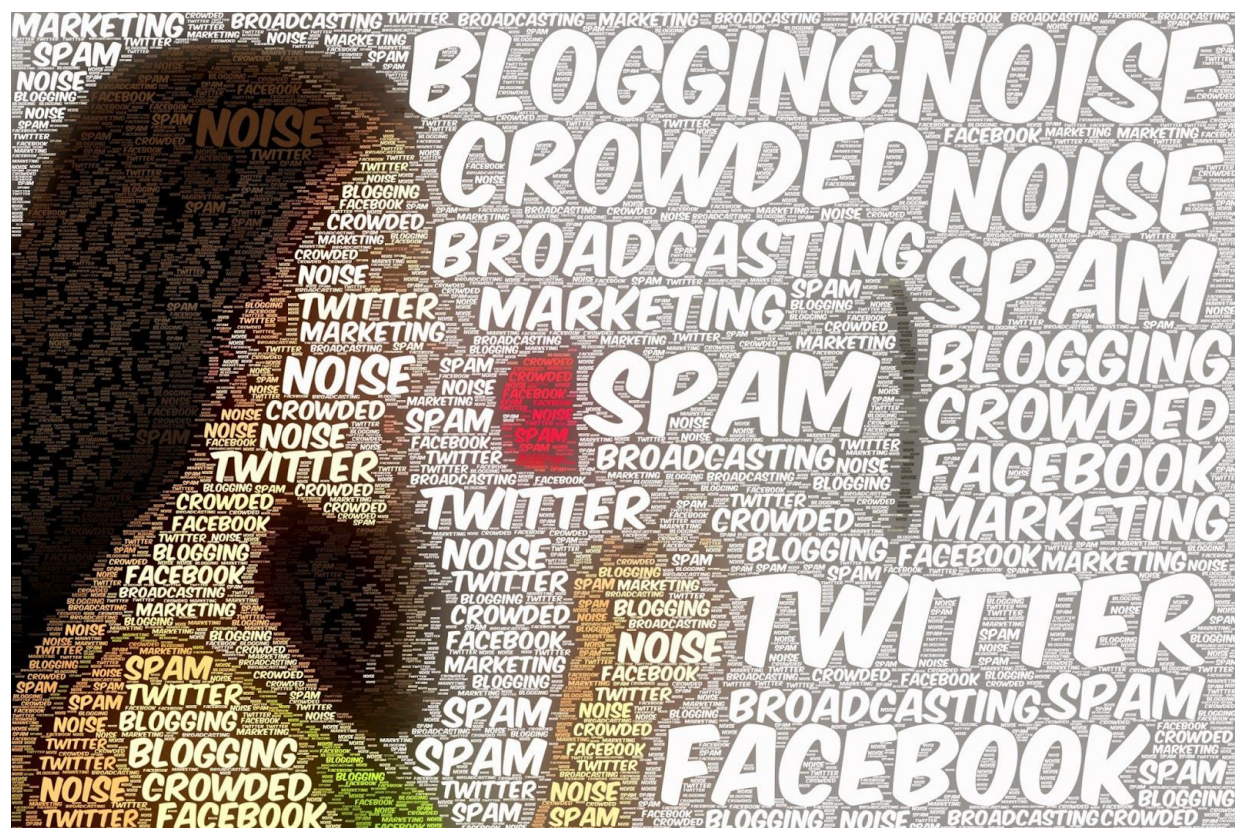
PRO LOCO



# E' tutta una questione di contenuti!

Un **sovraccarico di contenuti** come non era mai avvenuto prima nella storia.

Contenuti infinito e un 'rumore' infernale all'interno del quale è sempre più difficile far sentire la propria voce in modo chiaro e distintivo.





## Quindi, dobbiamo considerare alcuni punti di base:

1

I social media sono canali in cui si possono acquistare spazi di visibilità, ma tale strategia, da sola, risulta poco efficace.

2

All'interno dei social media tutti hanno diritto di parola e partono, teoricamente, da **condizioni paritarie**.

3

Avendo la possibilità di farlo, tutti cercano di ottenere attenzione e qualche istante di celebrità.

## Quindi, dobbiamo considerare alcuni punti di base:

4

Il flusso incessante di contenuti rende molto difficile che i prodotti di un'azienda, o le proposte di un'associazione possano emergere e diventare visibili al target.

5

Nelle reti sociali le persone non vogliono sentir parlare di prodotti e servizi

6

Le persone utilizzano i social media non solo per relazionarsi con gli altri ma anche per informarsi, divertirsi, imparare, trovare strumenti utili.

# Parliamo di Content Marketing

Ciascuno di questi punti sintetizza un tratto di fondo del nuovo paradigma comunicativo e sottolinea l'assoluta **centralità dei contenuti** come fattore di successo per qualsiasi attività di marketing e comunicazione al tempo dei Social media.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO

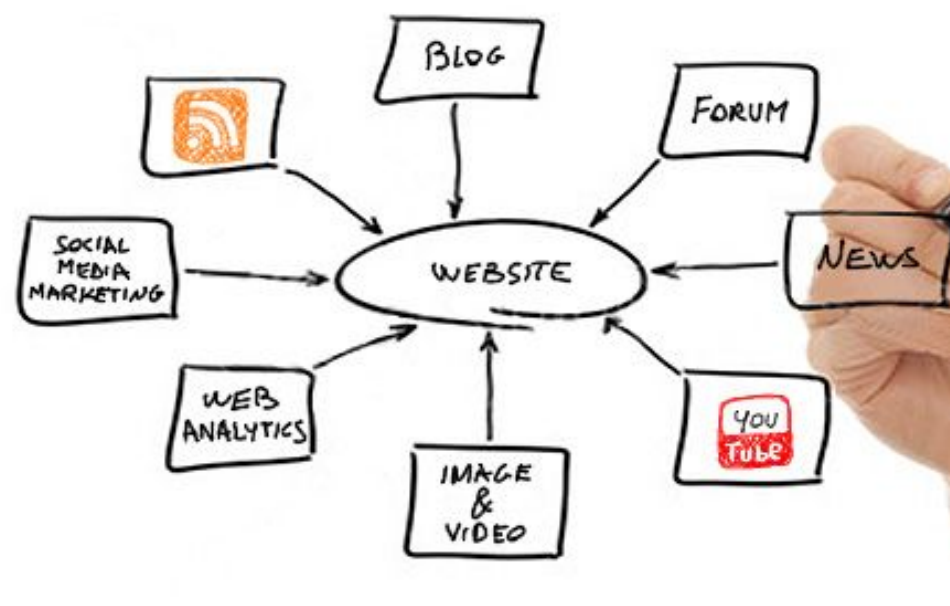




# Content Marketing: cos'è

Quando parliamo di contenuti...

- blog
- news
- video
- articoli
- giochi
- whitepaper
- app
- ...



I problemi più comuni riscontrati nella produzione di contenuti:

- Non sapere di che **cosa parlare**
- Non avere **il tempo** per fare contenuti
- Non capire **come promuoverli**
- Non sapere come **misurare i risultati**

Ma cosa significa quindi  
fare marketing  
puntando sui contenuti?



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# L'associazione editrice di se stessa

Significa prima di tutto ridefinire i destinatari come pubblico, non più come target.

## Quindi...

1. Per avere una minima possibilità di emergere in un mondo **ipersaturo di contenuti**, quelli che andremo a produrre dovranno essere interessanti per il nostro pubblico e dovranno:

informare

educare

intrattenere

servire



Veneto  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



# Qualità! Qualità! E, ancora, qualità!

Per realizzare **contenuti di qualità** servono **competenze** diverse e, prima ancora di cominciare, dobbiamo chiederci se abbiamo le risorse per poterlo fare 'al meglio'.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



## Funzioni informative

- **News** settoriali o specialistiche
- **Anticipazioni** di futuri eventi
- **Contenuti narrativi** che ricostruiscono la storia dell'associazione, ne evidenziano i valori, la mission ecc
- **Resoconti** di eventi e manifestazioni
- **Anteprime** esclusive su quanto bolle in pentola all'interno dell'associazione a livello proposte, eventi e iniziative.
- **Esperienze vissute** da parte del personale o dei clienti. Le prime potranno mostrare le persone che stanno dietro l'associazione. Le seconde serviranno a socializzare.





# Contenuti e tipologie di bisogno a cui possono rispondere

## Funzioni educative - formative

- **Tutorial** per l'utilizzo di prodotti/servizi o di interesse per gli utenti.
- **Risposte e domande** stile Q&A
- **Domande** su temi di sicuro interesse in cui si chiedono indicazioni pratiche, suggerimenti che possono essere condivisi
- **Best practice**
- **Guide** su temi connessi con l'universo di riferimento del brand
- **Elenchi** commentati di strumenti utili (app, tool, ecc)
- **How to** finalizzati alla formazione
- **Case study**



## Funzioni ludico-ricreative

- **Storie, contenuti divertenti, aneddoti** magari focalizzati su temi caldi o luoghi comuni.
- **Notizie originali** curiose, bizzarre, intriganti, non necessariamente utili. Lo scopo è intrattenere e divertire, evitando tutto quello che è distonico o inadeguato ai valori dell'associazione.
- **Aggregazione** ragionata e commentata di contenuti originali o curiosi prodotti da altri.
- **Massime, proverbi e citazioni** di autori e personaggi celebri. Piuttosto inflazionata, quindi deve essere contestualizzata alle tematiche importanti per l'associazione.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



## Funzioni di stimolo all'interazione

- **Richieste dirette** sotto forma di sondaggi a risposte multiple o domande aperte
- **Contest e concorsi** che stimolino gli utenti ad inviare all'associazione i propri contenuti e condividerli con gli altri.
- **Dibattiti** su tematiche vicine all'associazione e soggette a punti di vista contrastanti. In questo caso l'associazione può attivare la discussione, magari proponendo il parere di esperti che sostengano visioni diverse.



# Content Curation

Non possiamo immaginare di usare solo contenuti originali prodotti da noi.

La rete è piena di contenuti di valore, alcuni dei quali possono essere perfettamente adatti alle nostre esigenze.



Non c'è niente di male nell'utilizzare contenuti prodotti da altri: l'importante è farlo nel modo corretto, rispettando le logiche della **content curation**.



## Le fasi su cui si articola sono:

- La ricerca di contenuti nei vari ambienti della rete
- La selezione di quelli più adatti ai nostri scopi editoriali
- La loro organizzazione per temi, livelli di approfondimento, formati e pubblico di riferimento
- L'ottimizzazione editoriale necessaria a trasformarli da contenuti altrui in nostri contenuti.



# Facebook

“Una pagina Facebook va curata,  
seguita e nutrita con i giusti contenuti.”



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Le istruzioni per realizzarla al meglio:

- assicurarsi dell'**affidabilità delle fonti** da cui ricaviamo le notizie
- **citarle sempre** in modo dettagliato e corretto, inserendo le indicazioni necessarie per risalire alla fonte
- non utilizzare mai contenuti altrui senza intervenire con commenti, precisazioni o approfondimenti che facciano emergere la voce del nostro brand e il nostro punto di vista
- evitare di utilizzare le fonti più note che il nostro pubblico probabilmente già conosce, cercando piuttosto **riferimenti originali e nuovi**
- porre attenzione all'**attualità dei contenuti**, in modo da mostrare la capacità di intuire le tendenze.

# Facebook

“I social network sono strumenti per le persone, a volte anche per i brand”

L'origine del social network non prevedeva spazi o presenze ufficiali per le aziende. Nei primi anni della sua crescita le aziende si sono mosse dentro a Facebook con i profili, anche se risultava chiara la loro inadeguatezza.

Per le associazioni lo spazio a disposizione è la **Pagina**

visita la nostra pagina

**facebook®**

# Facebook: fanpage perché

## Perché aprire una fanpage su Facebook?

- Permette la diffusione di content di diverso genere (testi, immagini, video, link ...)
- E' la piattaforma ideale per una interazione semplice e real time con i clienti
- La semplicità e l'usabilità della piattaforma Fb hanno fatto sì che l'utente medio, on line, ricerchi preferenzialmente le brand page di interesse e, solo successivamente, i siti aziendali.
- Potenziare le vendite, aumentando il potere del passaparola

# Facebook: fanpage per chi

## Per chi aprire una fanpage su Facebook?

Le persone sui social network sono abituate ad interagire con altre persone e a rivolgersi a loro direttamente.

Quindi...le persone che incontrano un brand su Facebook penseranno di poter rivolgere qualunque tipo di domanda. E **si aspetteranno risposte** proprio come se le aspettano dalle persone.

Se ci siete, ci dovete essere fino in fondo.

# Facebook: tipologia fanpage

Possiamo prevedere tre macrocategorie di presenza:

1. **l'evento o la serie di eventi:** si tratta di pagine centrate fortemente sul singolo evento. Solitamente generano community di appassionati che vogliono discutere di tutto relativamente all'evento.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





Possibi

1. P  
even  
centr  
event  
Vene  
Solita  
comm  
vogli  
relati

The screenshot shows the Facebook profile of 'Rovigoracconta'. The cover photo is a large crowd in a city square at night, with the text '4 > 7 maggio 2017' overlaid. The profile picture is a logo with the text 'ROVIGORACCONTA'. The page has a blue header with the Facebook logo and the name 'Rovigoracconta'. On the left, there is a navigation menu with options: Home, Informazioni, Eventi, Foto, Recensioni, Persone a cui piace, Video, and Post. Below the menu is a green button that says 'Crea una Pagina'. The main content area shows a post from 'Rovigoracconta' with the same crowd photo and the text '4 > 7 maggio 2017'. The post has 106 likes and 106 comments. On the right, there is a sidebar with a rating of 5.0 stars, a search bar, and a list of people who liked the page. At the bottom, there is a row of logos for various 'COMITATO PRO LOCO UNPLI' groups across different cities in Veneto.



Tra la terra e il cielo

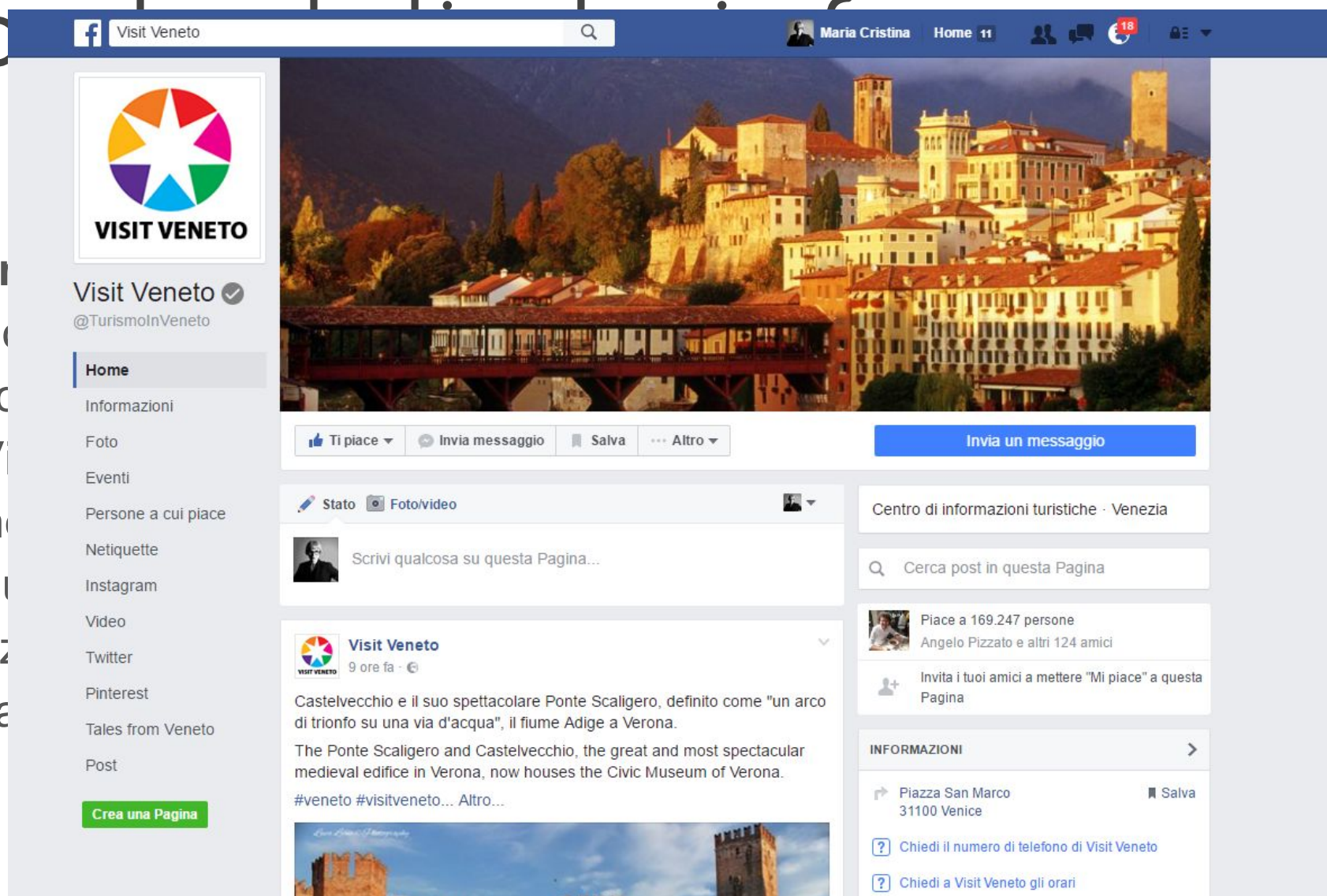
www.veneto.eu



# Facebook: tipologia fanpage

**2, Il brand:** per quelle associazioni in cui il brand non coincide con l'associazione stessa (Visit Veneto) e che producono molti marchi. Ci si aspetta quindi una conversazione ampia e strutturata che va dagli eventi, alle varie associazioni.

2. Il brand  
associazioni  
coincide con  
stessa (V  
producono  
aspetta qu  
conversaz  
strutturata  
alle varie



The screenshot shows the Facebook profile of 'Visit Veneto' (@TurismoInVeneto). The profile picture is a colorful star logo with the text 'VISIT VENETO'. The cover photo is a scenic view of a historic town (Castelvecchio) with a bridge over a river. The page has a blue header with the Facebook logo and search bar. The left sidebar shows navigation options: Home, Informazioni, Foto, Eventi, Persone a cui piace, Netiquette, Instagram, Video, Twitter, Pinterest, Tales from Veneto, and Post. The main content area shows a post from 'Visit Veneto' about Castelvecchio and the Ponte Scaligero. The right sidebar shows the 'Centro di informazioni turistiche - Venezia' and a search bar for posts on the page. The bottom of the page features a row of logos for various 'COMITATO PRO LOCO UNPLI' organizations across different regions in Veneto.



# Facebook: tipologia fanpage

**3. L'associazione:** dove ad essere rappresentata sui social network è la corporation vera e propria nella sua interezza.



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



### 3. L'azione rappresenta è la corporazione nella sua

 Unpli



Unpli  
@UnioneProLoco

Home

Informazioni

Foto

Persone a cui piace

Video

Post

Crea una Pagina



Associazione Accreditata presso  
il Comitato Intergovernativo  
**UNESCO** per la Salvaguardia del  
Patrimonio Culturale Immateriale



Mi piace Salva Condividi Altro

Iscriviti



Unpli  
30 settembre alle ore 9:18 · 🌐

**BANDO BENETAZZO: LA CREATIVITA' DEI GIOVANI PER RACCONTARE LE PRO LOCO**

Il bando è rivolto a tutti coloro che al giorno della scadenza, prevista per il 31 dicembre 2016, non abbiano compiuto il trentesimo anno di età. Al miglior progetto presentato verrà riconosciuto un contributo di 3mila euro, finalizzato alla realizzazione dell'opera.

Tutte le informazioni, la locandina da stampare, il bando e la scheda di partecipazione sono disponibili cliccando su questo articolo.

Unpli Veneto Pro Loco



Il Concorso è rivolto a tutti coloro che al giorno della scadenza prevista per il 31/12/2016 non abbiano compiuto il trentesimo anno di età.

Organizzazione no-profit

Cerca post in questa Pagina

Piace a 10.479 persone  
Maria Pia Farronato e altri 5 amici

Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

INFORMAZIONI

Chiedi l'indirizzo di Unpli

06.9949615

<http://www.unpli.info/>

# Facebook Fanpage: UNPLI Veneto

**Il comitato:** dove ad essere rappresentata sui social network è la corporation vera e propria nella sua interezza.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA



# Facebook

Il comitato:  
rappresenta  
è la corpora  
nella sua inf



The screenshot shows the Facebook profile of 'Unpli Veneto Pro Loco'. The cover photo features a woman holding a lit candle with the text 'STA TORNANDO...' and 'WWW.SPETTACOLIDIMISTERO.IT'. The profile picture is the same logo as in the top left. The page is set to 'Home' and shows a post from 11 minutes ago where the cover image was updated. The right sidebar includes information about the organization, location (Piazza Squillace 2, 31050), phone number (0438893385), and website (http://www.unpliveneto.it/).



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo  
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Facebook Fanpage: Eventi Veneti

La nuova pagina facebook **Eventi Veneti** è dedicata interamente agli eventi Pro Loco del Veneto.

La pagina è stata creato con lo scopo di offrire una panoramica sul nostro mondo e sulle nostre attività delle Pro Loco.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



Fo

La nu  
è ded  
Loco  
La pa  
offrire  
e sulle



The screenshot shows the Facebook profile of 'Eventi Veneti' (@eventiveneti). The cover photo features the text 'Eventi di PRO LOCO Veneti' over a colorful abstract background. The profile picture is the same logo seen in the top left. The left sidebar contains navigation links: Home, Informazioni, Foto, Recensioni, Persone a cui piace, and Post, along with a 'Crea una Pagina' button. The main feed shows a post from 'Eventi Veneti' dated 1 hour ago, announcing a walk on October 16th in Sossano (VI). The post includes a photo of a group of people walking in a park. On the right, the page is categorized as 'Organizzazione no-profit · Venezia' with a 5.0 star rating and 387 likes. A search bar and an 'INFORMAZIONI' section with a map are also visible.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo  
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Facebook Fanpage: Eventi Veneti

## Come segnalare il proprio evento

Saranno pubblicati gli eventi che all'interno del programma inseriranno i  
loghi istituzionali del Comitato Provinciale e Comitato Regionale

1. compilare il form proposto al seguente link
2. inviare il programma dell'evento con due foto rappresentative all'indirizzo [unpliveneto@gmail.com](mailto:unpliveneto@gmail.com)
3. l'evento verrà pubblicato e sarà visibile a migliaia di potenziali utenti



Facebook

Come se

Saranno pubblici  
loghi istituzionali



a Cristina Pizzato

eneti

inseriranno i  
regionale

## EVENTI VENETI - Promuovi il Tuo Evento!

Segui la Pagina Facebook Eventi Veneti [goo.gl/dVzxGII](https://goo.gl/dVzxGII)

\*Campo obbligatorio

SOGGETTO ORGANIZZATORE \*

COMUNE IN CUI SI SVOLGE L'EVENTO \*

PROVINCIA \*

1. compilare il
2. inviare il p  
all'indirizzo
3. l'evento veri

representative

ziali utenti



Veneto  
Tra la terra e il cielo

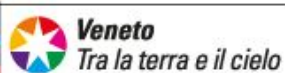
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Facebook: apriamo una Pagina



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





Va posta grande attenzione alla scelta del nome considerando che:

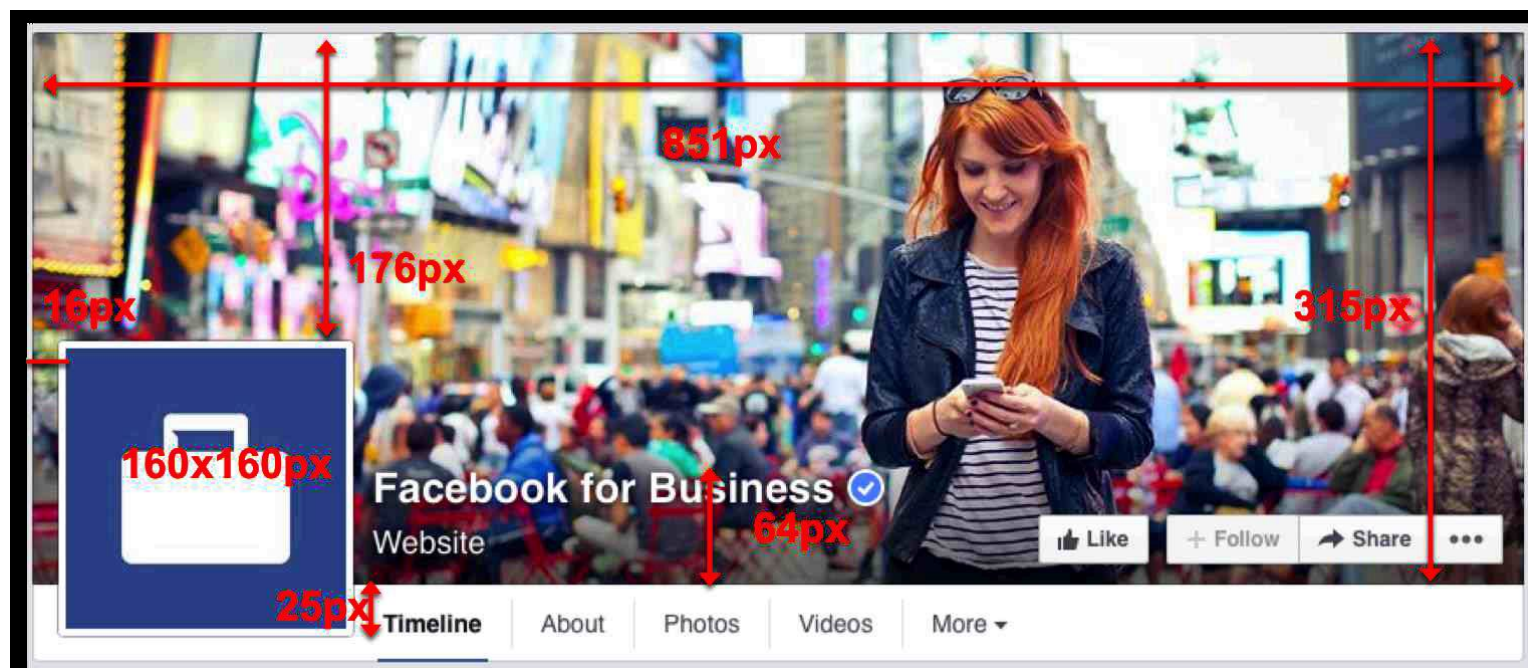
Il nome che  
scegliete è la vostra  
identità su  
Facebook

Il nome  
dell'associazione si  
scrive con la sola  
iniziale in maiuscolo

**Attenzione:** la pagina Facebook rappresenta uno spazio *'tutto tuo'* da arredare, vivere ed animare per creare relazione con i tuoi fan. Ma c'è un rovescio della medaglia.

Facebook infatti **ti concede l'uso** di questo spazio secondo le **sue regole** e si riserva di cambiarle come e quando vuole, senza darti nessun preavviso.

“Un’immagine vale più di mille parole...”



## “Un’immagine vale più di mille parole...”

**L’immagine del profilo** è quella che rappresenta l’identità della tua pagina nei post, nei commenti, nei messaggi e, in generale, nei newsfeed delle persone.

**L’immagine di copertina**, rappresenta appunto la ‘copertina di un diario’, la prima cosa che vedono le persone atterrando sulla nostra pagina

A oggi ha un formato quadrato, viene caricata a 180X180 pixel e viene visualizzata a 160X160 pixel, mentre l’immagine di copertina ha un formato rettangolare e misura 851X315 pixel.

# Caratteristiche importanti delle immagini:

- ottimizzate per le dimensioni offerte da Facebook
- devono essere di buona qualità, quindi non sgranate
- armonizzarsi tra di loro
- uniche e originali
- ottimizzate anche per il mobile

## Cosa potrei inserire nell'immagine di copertina?

Il tuo **pay-off** correlato da un'immagine esplicativa, la tua ultima **promo**, l'**ultimo evento** realizzato, i tuoi **volontari** al lavoro...

## Ogni quanto dovrei cambiare l'immagine di copertina?

Dipende. Alcuni brand la cambiano **stagionalmente**, altri in base alle **offerte, eventi, campagne**. Valuta la tua operatività e il materiale che hai a disposizione.



# Facebook: impostazione della Pagina

Purtroppo la sezione *impostazioni* viene spesso trascurata, invece è molto importante

*Generali:* settare le  
caratteristiche della tua  
pagina.  
Limitazioni, parole chiave...



## Unpli Veneto Pro Loco

@unpliveneto.proloco

Home

Informazioni

Foto

Persone a cui piace

Post

Crea una Pagina



Ti piace Invia messaggio Salva Altro

Chiama ora

Stato Foto/video



Scrivi qualcosa su questa Pagina...



Unpli Veneto Pro Loco ha aggiunto 2 nuove foto.

17 ottobre alle ore 20:23 ·

Partono questa sera con Treviso i corsi di formazione organizzati da #Unpli Veneto che si svolgeranno entro ottobre, uno per ogni Provincia così da favorire la partecipazione di tutte le #ProLoco! Per tutte le info sui prossimi appuntamenti <http://www.unpliveneto.it/.../al-via-i-corsi-di-formazione-p.../>



Organizzazione no-profit

Cerca post in questa Pagina



Piace a 4002 persone  
Andrea Schiavo e altri 5 amici



Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

### INFORMAZIONI

Piazza Squillace 2  
31050

0438893385

Chiedi a Unpli Veneto Pro Loco gli orari

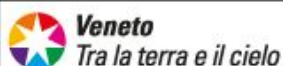
<http://www.unpliveneto.it/>

FOTO



# Facebook: impostazione della Pagina

*Informazioni:*  
dovranno essere  
inserite le giuste  
informazioni per  
far conoscere al  
meglio la tua  
attività



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



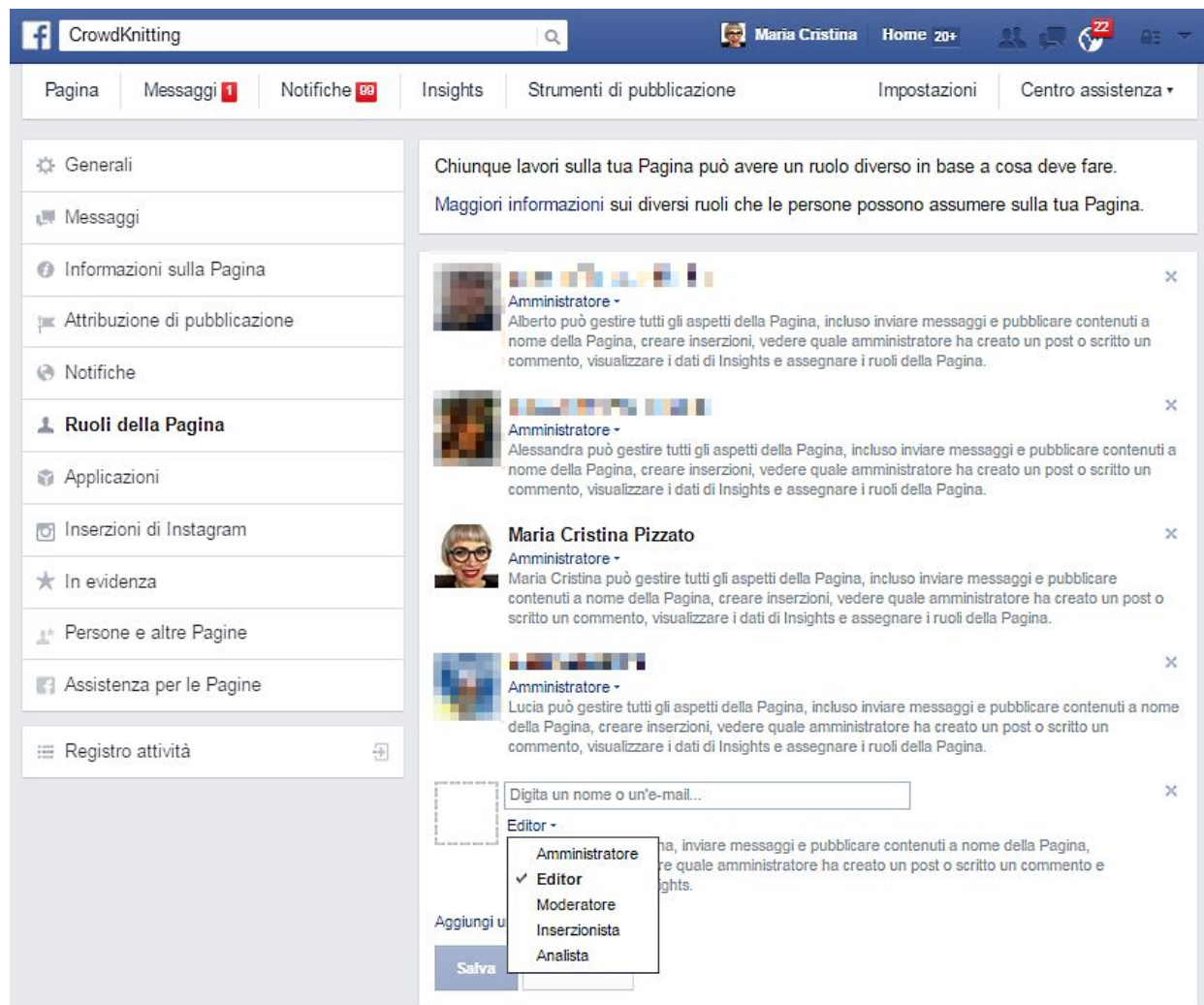
PRO LOCO







*Ruoli della pagina:*  
sono ruoli che puoi  
attribuire alle  
persone che  
gestiscono lo  
spazio



Chiunque lavori sulla tua Pagina può avere un ruolo diverso in base a cosa deve fare.  
Maggiori informazioni sui diversi ruoli che le persone possono assumere sulla tua Pagina.

| Nome                   | Ruolo          | Descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Amministratore         | Amministratore | Alberto può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina.        |
| Amministratore         | Amministratore | Alessandra può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina.     |
| Maria Cristina Pizzato | Amministratore | Maria Cristina può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina. |
| Amministratore         | Amministratore | Lucia può gestire tutti gli aspetti della Pagina, incluso inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, creare inserzioni, vedere quale amministratore ha creato un post o scritto un commento, visualizzare i dati di Insights e assegnare i ruoli della Pagina.          |
| Editor                 | Editor         | ha, inviare messaggi e pubblicare contenuti a nome della Pagina, re quale amministratore ha creato un post o scritto un commento e ghts.                                                                                                                                                  |

Aggiungi un nuovo ruolo

Salva

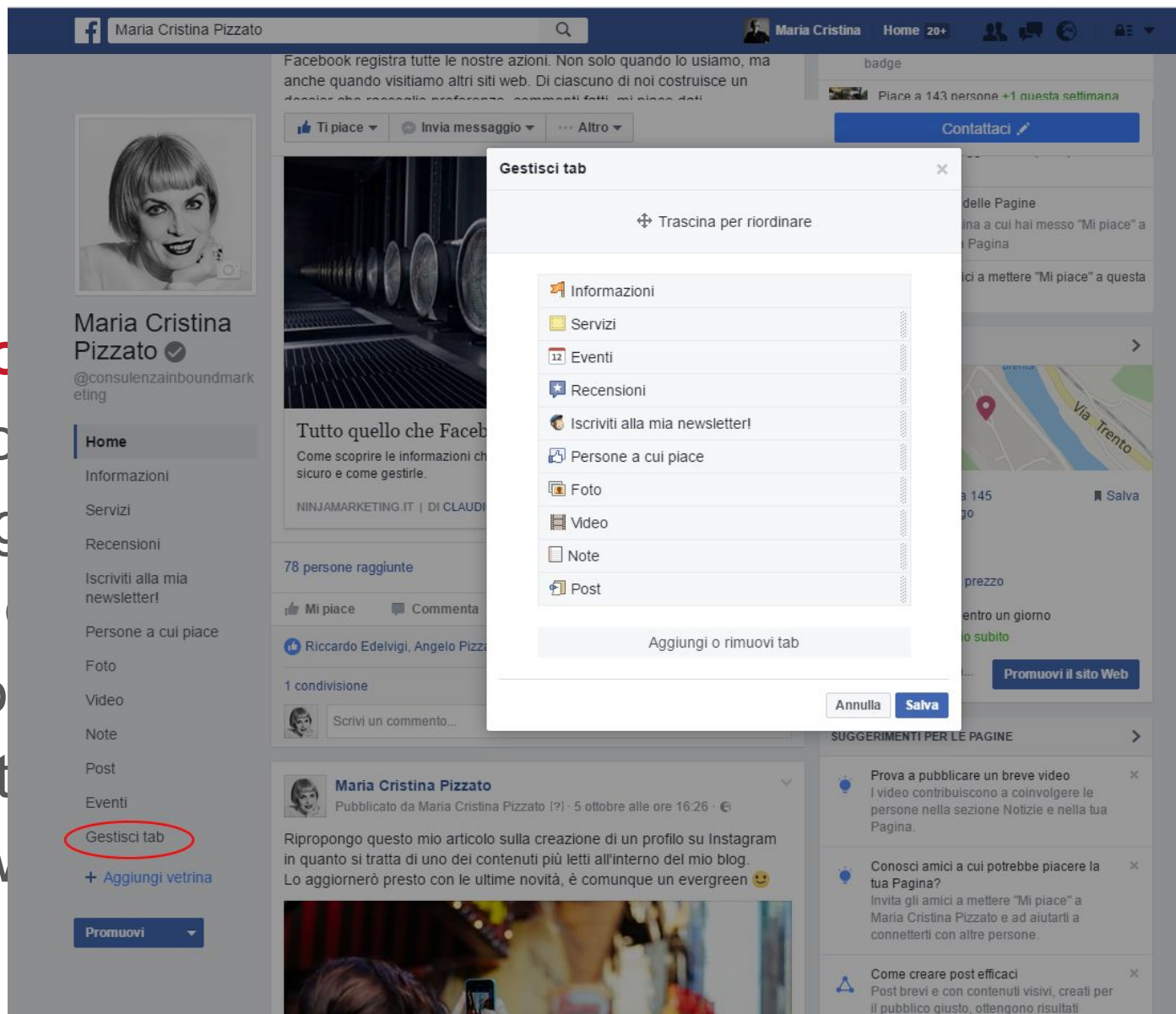


# Facebook Custom Tab

Le **custom tab** sono degli spazi che permettono di espandere le funzionalità della pagina Facebook.

Si tratta di **sezioni personalizzabili** che possono ospitare una varietà di contenuti, proprio come fossero pagine di un sito web.

Le **custo**  
permetto  
della pag  
Si tratta  
possono  
contenut  
un sito w



The screenshot shows a Facebook profile for Maria Cristina Pizzato. The profile picture is a black and white photo of a woman. The cover photo is a dark image of a keyboard. The profile name is 'Maria Cristina Pizzato' with a verified badge. The bio is '@consulenzainboundmarketing'. The left sidebar shows navigation options: Home, Informazioni, Servizi, Recensioni, Iscriviti alla mia newsletter!, Persone a cui piace, Foto, Video, Note, Post, Eventi, and 'Gestisci tab' (highlighted with a red circle). Below these is '+ Aggiungi vetrina' and a 'Promuovi' button. The main content area shows a post from 'NINJAMARKETING.IT' and a post from 'Maria Cristina Pizzato' dated 5 October. A modal titled 'Gestisci tab' is open in the center, showing a list of tabs: Informazioni, Servizi, Eventi, Recensioni, Iscriviti alla mia newsletter!, Persone a cui piace, Foto, Video, Note, and Post. At the bottom of the modal are buttons for 'Annulla' and 'Salva'.

# Facebook Custom Tab

Le **custom tab** rappresentano una grande opportunità di business se ben gestite.

Offrono informazioni  
e risorse aggiuntive a  
chi visita la nostra  
pagina

Si possono fare  
campagne di lead  
generation  
(inserendo risorse  
gratuite)

Sono utili per  
concorsi, applicazioni

Si possono fare  
sondaggi, vendere  
prodotti/servizi

Creano un ponte di  
collegamento tra la  
tua pagina e altri  
social



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

Le custom  
gestite.

Offrono info  
e risorse agli  
chi visita  
pag

Facebook page for Campolongo sul Brenta (@campolongosulbrenta). The page features a cover photo of a town at night and a post titled "Passeggiata tra fiume e montagna". The post includes a video thumbnail and text describing a popular pedestrian event on May 8, 2016. The left sidebar shows navigation options like Home, Informazioni, and Promuovi. The right sidebar shows a list of people who like the page.

Facebook page for Campolongo sul Brenta (@campolongosulbrenta). The page features a cover photo of a town at night and a post titled "Passeggiata tra fiume e montagna". The post includes a video thumbnail and text describing a popular pedestrian event on May 8, 2016. The left sidebar shows navigation options like Home, Informazioni, and Promuovi. The right sidebar shows a list of people who like the page.



# Facebook Custom Tab

Come si creano le custom tab?

Se si hanno competenze di programmazione si può fare da se

<https://developers.facebook.com/docs/pages/tabs>

Oppure si utilizzano le App sviluppate da altri

<http://woobox.com/>

<http://www.agorapulse.com/>

<http://www.pagemodo.com/it>



# L'algoritmo Edge Rank

Al momento di definire una strategia di marketing su Facebook, tra le considerazioni da fare, una delle più importanti riguarda i **meccanismi che regolano la visibilità dei contenuti** all'interno della piattaforma.

L'algoritmo che determina la visibilità su Facebook è costruito infatti su dinamiche non proprio banali: arrivare a comprenderle aiuta a **tarare meglio la strategia editoriale** in funzione dei propri obiettivi di social media marketing.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



# L'algoritmo Edge Rank

Iniziamo con alcune percentuali, che introducono bene l'argomento:

**<1%:** percentuale di fan che visita abitualmente una pagina brand

**17%:** percentuale di fan che visualizza gli aggiornamenti di una pagina brand nel proprio news feed.

Cosa significano questi numeri? Che sono **pochissimi gli utenti** che fruiscono i contenuti andando a visitare direttamente le pagine di cui sono fan, e che in media **ciascun post di una pagina viene visto da meno di 1 fan su 5 nel proprio flusso di notizie**.

Quindi, non tutto quello che scriviamo viene visto dai nostri fan, anzi, molto poco.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# L'algoritmo Edge Rank

L'algoritmo sviluppato da Facebook che regola tutto questo si chiama

## Edge Rank

L'Edge Rank assegna un punteggio (rank) a ciascun contenuto (edge), sulla base di 3 fattori principali:

$$\sum u_e w_e d_e$$

$u_e$

Valore di affinità tra gli utenti che hanno visualizzato il contenuto e chi l'ha condiviso.

$w_e$

"Peso" del tipo di interazione avvenuta (commento, like, tag, etc.).

$d_e$

Tempo di decadimento, ovvero quanto tempo è passato da quando è stato creato il contenuto.

L'**EDGERANK** è quindi la somma ponderata delle azioni che l'utente ricevente compie sui messaggi del mittente.

Il **PESO** è dato da tipo di **INTERAZIONE** (view, like, commento) e **TEMPO** trascorso dall'interazione.

LUCADELLADORA.com



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA

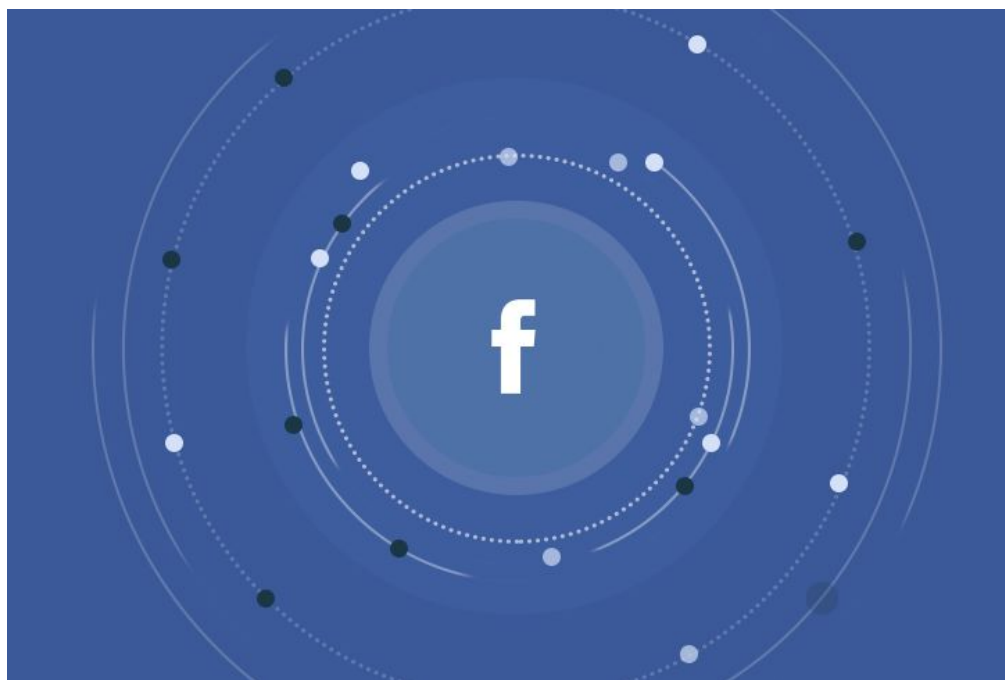


COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Cosa fare per migliorare il proprio Edge Rank?



- scrivere con frequenza quotidiana
- privilegiare i contenuti multimediali (foto, video, link)
- assicurare una presenza predominante, nella propria 'torta' editoriale, di contenuti che stimolino il coinvolgimento degli utenti (es. sondaggi, domande etc.)
- controllare, tramite **Facebook Insight**, i post che hanno generato più interazioni, e riproporli a distanza di tempo
- pubblicare aggiornamenti quando è più probabile che i nostri utenti stiano usando Facebook, in modo da garantire che la fruizione avvenga su contenuti ancora 'freschi'



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



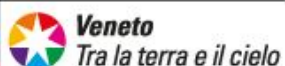
COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA



Che senso ha avere una fanpage se tanto non riesco a farmi sentire dalla maggior parte di loro?



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO

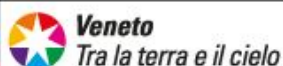


# Facebook: costruire la fan base

## Qual'è il valore dei miei fan?

- rendono le inserzioni più efficaci e meno costose, rispetto a quelle che hanno per target i non fan
- incidono positivamente sulla tua credibilità
- forniscono una serie di dati che ti permettono di conoscere meglio i tuoi clienti e i tuoi potenziali clienti

L'incremento dei fan non può e non deve essere il tuo unico obiettivo su Facebook!



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Facebook: costruire la fan base

Non serve a niente acquisire un maggior numero di fan se questi non rientrano nei nostri target group.

Se i fan sono un **mero numero** non avremo alcun valore, saremo **penalizzati dall'algoritmo** e **non raggiungeremo** i nostri risultati di engagement.



# Come posso far crescere una fan base di qualità?

Invita i tuoi  
amici...in  
target!

Interagisci  
con altre  
pagine di  
prodotti che  
interessano il  
tuo target

Inserisci un  
rimando alla  
tua pagina  
sul sito  
web/nelle  
email/ecc

Invita i tuoi  
associati con  
una e-mail  
dedicata

Invita i  
collaboratori  
a diventare  
fan

Pubblica con  
continuità  
contenuti  
interessanti!



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO

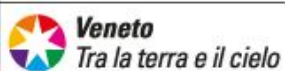


# Cosa non si deve fare:

L'invito di  
massa a tutti  
i tuoi amici

L'acquisto di  
fan 'al chilo'

Lo spam  
sulle pagine  
e profili



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





# Facebook: come pubblicare

Ogni formato di Facebook ha la sua peculiarità che è bene conoscere e sfruttare:

L'**aggiornamento di stato**: oltre 63.000 caratteri a disposizione.  
Il testo non può essere formattato ma si può andare a capo ed inserire emoticon che permettono di caratterizzarlo.

Facc

Ogni formato c  
bene conosce

ire

arità che è

i stato: oltre  
posizione.  
re formattato ma  
ed inserire  
ttono di



Eventi Veneti

6 ore fa · 🌐

Il 16 ottobre venite a degustare alla 55ª Festa dello Spiedo a Isola Vicentina (VI) il tradizionale Spiedo di carne cotto sul fuoco a legna accompagnato dalla "polenta onta" e lo spiedo di verdure accompagnato da formaggio. E inoltre, stand Vini di qualità, formaggi e salumi tipici. Info [www.proisola.it](http://www.proisola.it)



Vicenza – Pro Isola

👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi



Veneto  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

Le **immagini**: sono il formato già diffuso e quello che genera maggior coinvolgimento.

Reagola d'oro caricare immagini di qualità, dimensione minima 504X504 pixel, per occupare tutto il box messo a disposizione da Facebook.

Su Facebook le infografiche non sono accattivanti e decisamente illeggibili.





## Eventi Veneti

"Mi piace" aggiunto alla Pagina - 15 settembre -

Il "Sentiero delle Fontane", meta escursionistica della passeggiata di domenica 18, organizzata dalla PRO LOCO BRENDOLA, è un itinerario completamente immerso nella #natura dei Colli Berici dove si potranno visitare due grotte (covoli), una piccola sorgiva, il vecchio ex convento Benedettino e la ex Chiesa del paese un tempo Benedettina, ripagati oltretutto da una splendida vista panoramica. Info escursione: [www.prolocobrendola.it](http://www.prolocobrendola.it)

Mi piace Commenta Condividi

8

il commento è nascosto



Reazione con emoji

Reazione con emoji



Reazione con emoji

Reazione con emoji

Reazione con emoji



Reazione con emoji

Reazione con emoji

Reazione con emoji



Reazione con emoji

Reazione con emoji

Reazione con emoji



Veneto  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

I **link**: rappresentano il formato migliore per portare traffico al tuo sito web e all'interno di Facebook.

L'immagine in anteprima deve essere di buona qualità, ottimizzata per un formato rettangolare (min 600X315 px).

Il titolo deve attrarre e far capire di che cosa stiamo parlando in 25 caratteri (il resto viene tagliato).

La descrizione del link deve essere una rapida anteprima di ciò che ci si aspetta al click.





I **link**: rappresentano il formato migliore per portare traffico al tuo sito web e all'interno di Facebook.

L'immagine in anteprima deve essere di buona qualità, ottimizzata per un formato rettangolare (min 600X315 px).

Il titolo deve attrarre e far capire di che cosa stiamo parlando in 25 caratteri (il resto viene tagliato).

La descrizione del link deve essere una rapida anteprima di ciò che ci si aspetta al click.

I **video**: un formato sul quale facebook sta puntando molto. Si riproducono automaticamente nel newsfeed di chi lo visualizza. E' un ottimo formato per coinvolgere gli utenti, le caratteristiche tecniche sono:

- utilizzare video H.264 con audio AAC in formato MOV o MP4
- assicurarsi che la larghezza non superi i 1280 px



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





Rovigoracconta



Maria Cristina

Home 20+



“ ”  
ROVIGORACCONTA

Rovigoracconta

@rovigoracconta

Home

Informazioni

Eventi

Foto

Recensioni

Persone a cui piace

Video

Post

Crea una Pagina



Mi piace



Invia messaggio



Salva



Altro

Invia un messaggio

## Tutti i video



1:59

Il video-racconto fatto da  
Carolina Lazzari su...

Piace a 40 persone · Visualizzazioni:  
1014



1:15

Domenica 8 maggio

Piace a 73 persone · Visualizzazioni:  
4187



1:28

SABATO 7 MAGGIO

Piace a 53 persone · Visualizzazioni:  
1605



1:07

VENERDÌ 6 MAGGIO

Piace a 39 persone · Visualizzazioni:  
2360



0:59



0:25



1:27



0:27



Veneto  
Tra la terra e il cielo

www.veneto.eu



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA



Gli **album**: permettono di raccogliere sotto un unico cappello tutte le immagini riguardanti lo stesso tema, iniziativa, periodo, evento. Sono molto utili per facilitare la navigazione agli utenti.

Assicurati di inserire tutte le informazioni necessarie: titolo, descrizione, luogo. Anche per le singole foto.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



Gli altri  
racconti  
cappelle  
riguarda  
iniziati  
molto  
naviga  
Assic  
inform  
descri  
singol


Rovigoraconta


Maria Cristina
Home 20+

“ ”

ROVIGORACONTA

Rovigoraconta  
@rovigoraconta

Home
Informazioni
Eventi
**Foto**
Recensioni
Persone a cui piace
Video
Post

Crea una Pagina



Mi piace
Invia messaggio
Salva
Altro

Invia un messaggio

Album


Immagini di copertina  
5 foto


Foto del diario  
74 foto


2016  
76 foto

“ ”

ROVIGORACONTA

Immagini del profilo  
3 foto

Mostra tutti





# Facebook: Insights

**Facebook Insights** offre tutti i dati rispetto all'andamento della vostra pagina.

Leggere costantemente gli Insight ti permetterà di comprendere l'**andamento della tua pagina**, cosa funziona e cosa no e rispondere a tante altre domande specifiche.



UNPLI VENETO



Maria Cristina

Home 20+



Pagina

Messaggi

Notifiche

**Insights**

Strumenti di pubblicazione

Impostazioni

Assistenza

**Panoramica**

Promozioni

"Mi piace"

Copertura

Visualizzazioni della  
Pagina

Azioni sulla Pagina

Post

Eventi

Video

Persone

Messaggi

**Riepilogo della Pagina** Ultimi 7 giorni

Esporta dati

Risultati dati 11 ottobre 2016 - 17 ottobre 2016

Organici A pagamento

**Azioni sulla Pagina**

10 ottobre - 16 ottobre

1

Azioni totali sulla Pagina ▲0%



**Visualizzazioni della Pagina**

10 ottobre - 16 ottobre

122

Visualizzazioni totali della Pagina ▲230%



**"Mi piace" sulla Pagina**

10 ottobre - 16 ottobre

13

"Mi piace" sulla Pagina ▲550%



**Copertura**

10 ottobre - 16 ottobre

2771

Persone raggiunte ▲48%



**Interazioni con il post**

10 ottobre - 16 ottobre

392

Interazioni con i post ▲43%



**Video**

10 ottobre - 16 ottobre

6

Visualizzazioni in totale del video ▼33%



**I tuoi 5 post più recenti**



Copertura: organica / a pagamento

Clic sul post

Reazioni, commenti e condivisioni

| Data pubblicazione | Post | Tipo | Destinatari | Copertura | Interazioni | Promuovi                                  |
|--------------------|------|------|-------------|-----------|-------------|-------------------------------------------|
|                    |      |      |             | 170       | 6<br>9      | <a href="#">Metti in evidenza il post</a> |
|                    |      |      |             | 182       | 13<br>14    | <a href="#">Metti in evidenza il post</a> |
|                    |      |      |             | 330       | 24<br>17    | <a href="#">Metti in evidenza il post</a> |

Facciamo  
pagamenti

Leggiamo  
Insights  
con  
della  
funzione  
risposta  
domanda



# Facebook: Insights

Per ogni sezione è possibile:

- vedere i dati nel passato fino a luglio 2011
- analizzare un determinato periodo di tempo per avere informazioni più approfondite
- ad esclusione delle sezioni *post* e *persone*, nelle altre è presente una barra che permette di scegliere il lasso di tempo per il quale vuoi visualizzare i dati
- per ogni grafico presente nelle sezioni hai la sezione benchmark



# Facebook Ads

Prima di far partire una Facebook Ads, valutare alcuni punti:

- **Obiettivi:** accertati di aver chiari gli obiettivi. Acquisire utenti interessati? Coinvolgere i fan? Stimolare la partecipazione agli eventi?
- **Pubblico:** definire il pubblico di riferimento, intercettandone le caratteristiche anche utilizzando Facebook Insights
- **Budget:** pianifica e suddividi il budget a disposizione per le vari campagne



# Facebook Ads

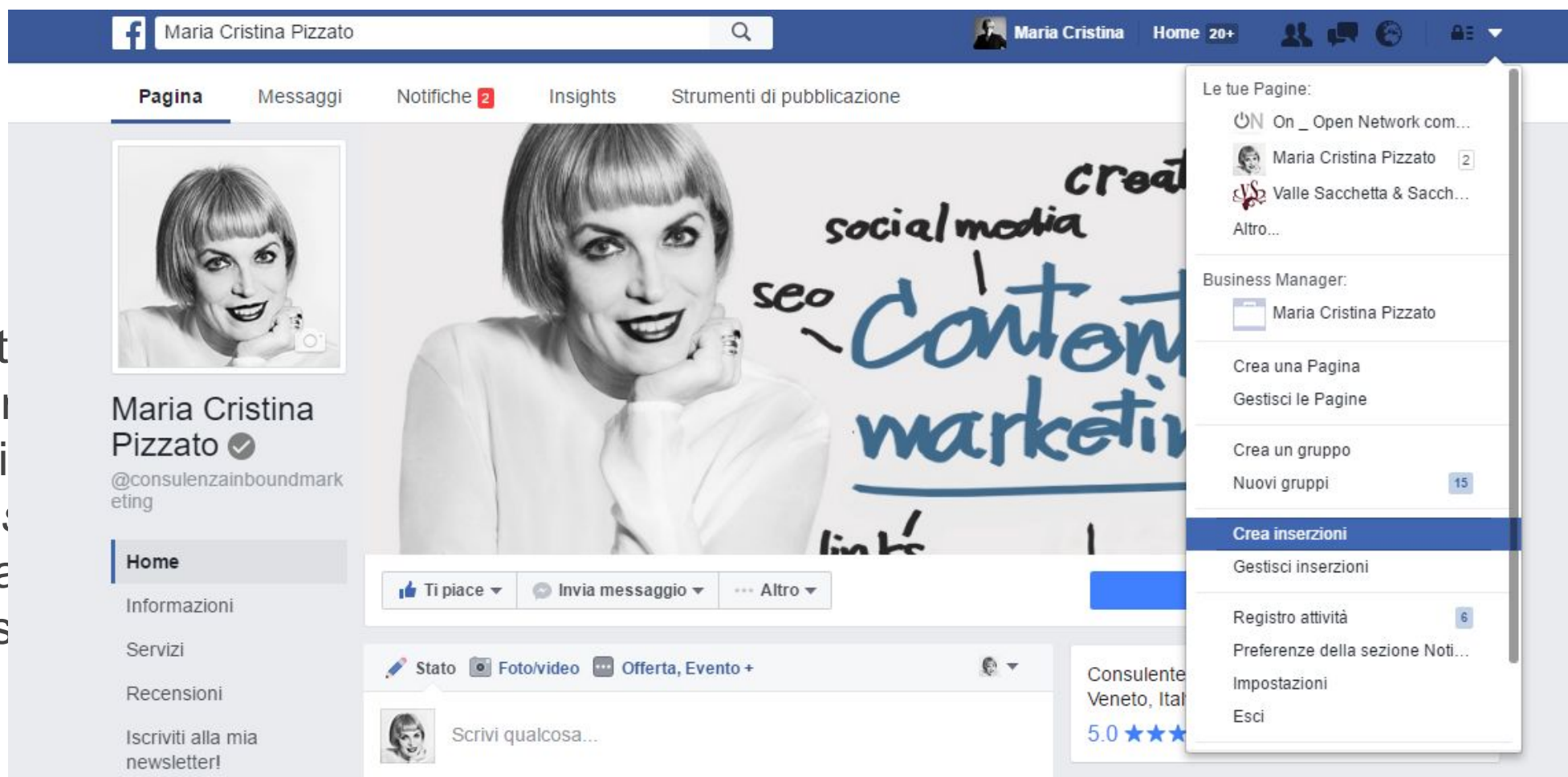
## Pannello gestione inserzioni

Strumento gratuito da cui accedi direttamente dal tuo profilo personale cliccando sulla voce *gestione inserzioni*, è il tool principale di Facebook, nonché il più facile da usare.





# Facebook Ads



The screenshot shows the Facebook profile of Maria Cristina Pizzato. The profile picture is a black and white photo of her smiling. The cover photo features her with the text 'social media', 'seo', 'Content marketing', and 'creative'. The profile name is 'Maria Cristina Pizzato' with a verified checkmark, and the handle is '@consulenzainboundmarketing'. The left sidebar shows navigation options: Home, Informazioni, Servizi, Recensioni, and Iscriviti alla mia newsletter!. The top navigation bar includes 'Pagina', 'Messaggi', 'Notifiche 2', 'Insights', and 'Strumenti di pubblicazione'. The right sidebar shows 'Le tue Pagine:' with 'On \_ Open Network com...', 'Maria Cristina Pizzato 2', and 'Valle Sacchetta & Sacch...'. Below this is 'Business Manager:' with 'Maria Cristina Pizzato'. The 'Crea inserzioni' menu is open, showing options: 'Crea una Pagina', 'Gestisci le Pagine', 'Crea un gruppo', 'Nuovi gruppi 15', 'Crea inserzioni' (highlighted), 'Gestisci inserzioni', 'Registro attività 6', 'Preferenze della sezione Noti...', 'Impostazioni', and 'Esci'. The bottom of the profile shows a post creation area with options: 'Stato', 'Foto/video', and 'Offerta, Evento +'. The post creation area also includes a 'Ti piace' button, an 'Invia messaggio' button, and an 'Altro' button. The post creation area also includes a 'Scrivi qualcosa...' text box and a 'Foto/video' button.

# Facebook Ads




**Maria Cristina**

[Home](#)
20+






[Pagina](#)
[Messaggi](#)
[Notifiche 2](#)
[Insights](#)
[Strumenti di pubblicazione](#)




[Gestione inserzioni](#)


**Maria Cristina**

Maria Cristina Pizzato (108848...)

Campagna

Obiettivo

Gruppo di inserzioni

Pubblico

Posizionamenti

Budget e programmazione

Nuova inserzione

Formato

Contenuti multimediali

Testo

CAMPAGNA: scegli il tuo obiettivo

Assistenza: scelta dell'obiettivo

Qual è il tuo obiettivo di marketing?

| Notorietà                                                                                                                        | Considerazione                                                                                                                   | Conversione                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Metti in evidenza i tuoi post                  |  Indirizza le persone al tuo sito Web         |  Aumenta le conversioni sul tuo sito Web                    |
|  Promuovi la tua Pagina                         |  Ottieni installazioni della tua app          |  Aumenta l'interazione con la tua app                       |
|  Raggiungi le persone vicine alla tua azienda |  Incrementa la partecipazione al tuo evento |  Fai in modo che le persone richiedano la tua offerta     |
|  Incrementa la notorietà della marca          |  Ottieni visualizzazioni del video          |  Promuovi un catalogo prodotti                            |
|                                                                                                                                  |  Raccogli contatti per la tua azienda       |  Fai in modo che le persone visitino i tuoi punti vendita |

# Il nuovo sito di Unpli Veneto

## Perchè un nuovo sito?

Innanzitutto tutto perché c'era l'esigenza di avere un sito "responsive", capace cioè di adeguarsi automaticamente ai diversi formati dei device utilizzati oggi dalle persone.



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

# Il nuovo sito di Unpli Veneto

Un **unico sito** che si visualizza in modo ottimale su ogni tipo di device

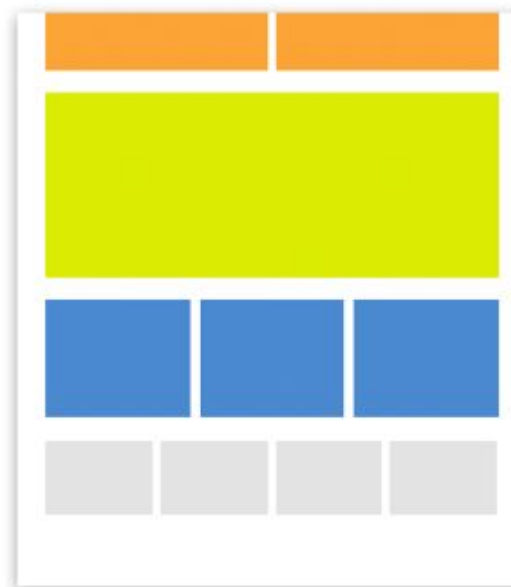
**SMARTPHONE**



**TABLET**



**DESKTOP**



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



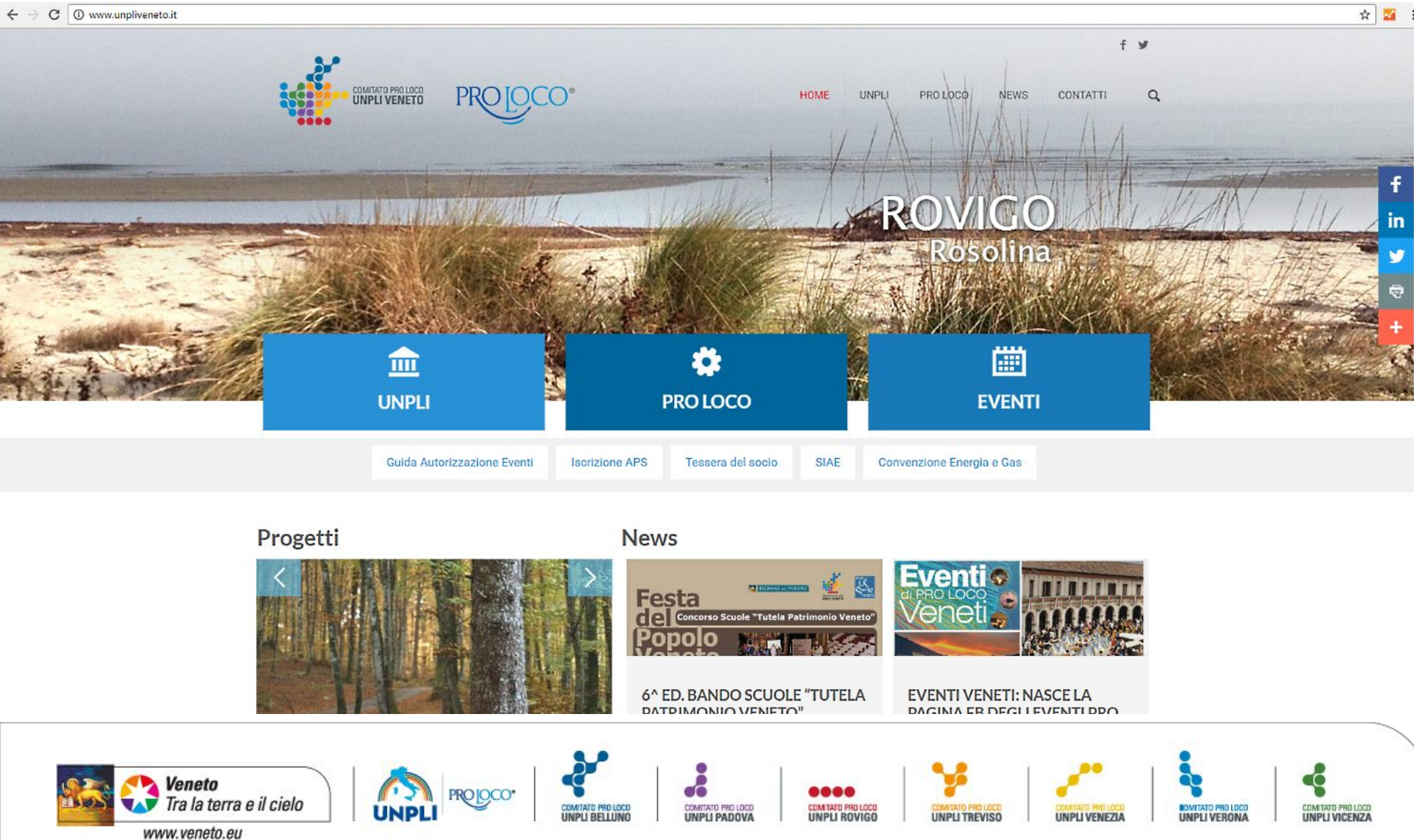
COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA



# Il nuovo sito di Unpli Veneto: desktop



The screenshot shows the desktop version of the Unpli Veneto website. The header features the logo of the Comitato Pro Loco Unpli Veneto and the PRO LOCO® logo. The navigation menu includes links for HOME, UNPLI, PRO LOCO, NEWS, and CONTATTI, along with a search icon. The main banner displays a scenic view of a beach with tall grass and the text "ROVIGO Rosolina". Below the banner are three large blue buttons labeled UNPLI, PRO LOCO, and EVENTI. A horizontal bar contains links for Guida Autorizzazione Eventi, Iscrizione APS, Tessera del socio, SIAE, and Convenzione Energia e Gas. The main content area is divided into two sections: Progetti and News. The Progetti section shows a forest image, and the News section features two articles: "Festa del Popolo Veneto" and "Eventi di PRO LOCO Veneti". The footer displays logos for various regional committees, including Veneto, UNPLI, and several Pro Loco committees from Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Verona, and Vicenza.

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENETO

PRO LOCO®

HOME UNPLI PRO LOCO NEWS CONTATTI

ROVIGO  
Rosolina

UNPLI PRO LOCO EVENTI

Guida Autorizzazione Eventi Iscrizione APS Tessera del socio SIAE Convenzione Energia e Gas

Progetti News

Festa del Popolo Veneto  
Concorso Scuole "Tutela Patrimonio Veneto"

6ª ED. BANDO SCUOLE "TUTELA PATRIMONIO VENETO"

Eventi di PRO LOCO Veneti

EVENTI VENETI: NASCE LA PAGINA DEI DEGLI EVENTI PRO

Veneto  
Tra la terra e il cielo  
www.veneto.eu

UNPLI PRO LOCO

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA

COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA



# Il nuovo sito

Perché un nuovo sito?

Innanzi tutto perché c'era l'esigenza di avere un sito "responsive", capace cioè di adeguarsi automaticamente ai diversi formati dei device utilizzati oggi dalle persone.



## Progetti



## News



6^ ED. BANDO SCUOLE

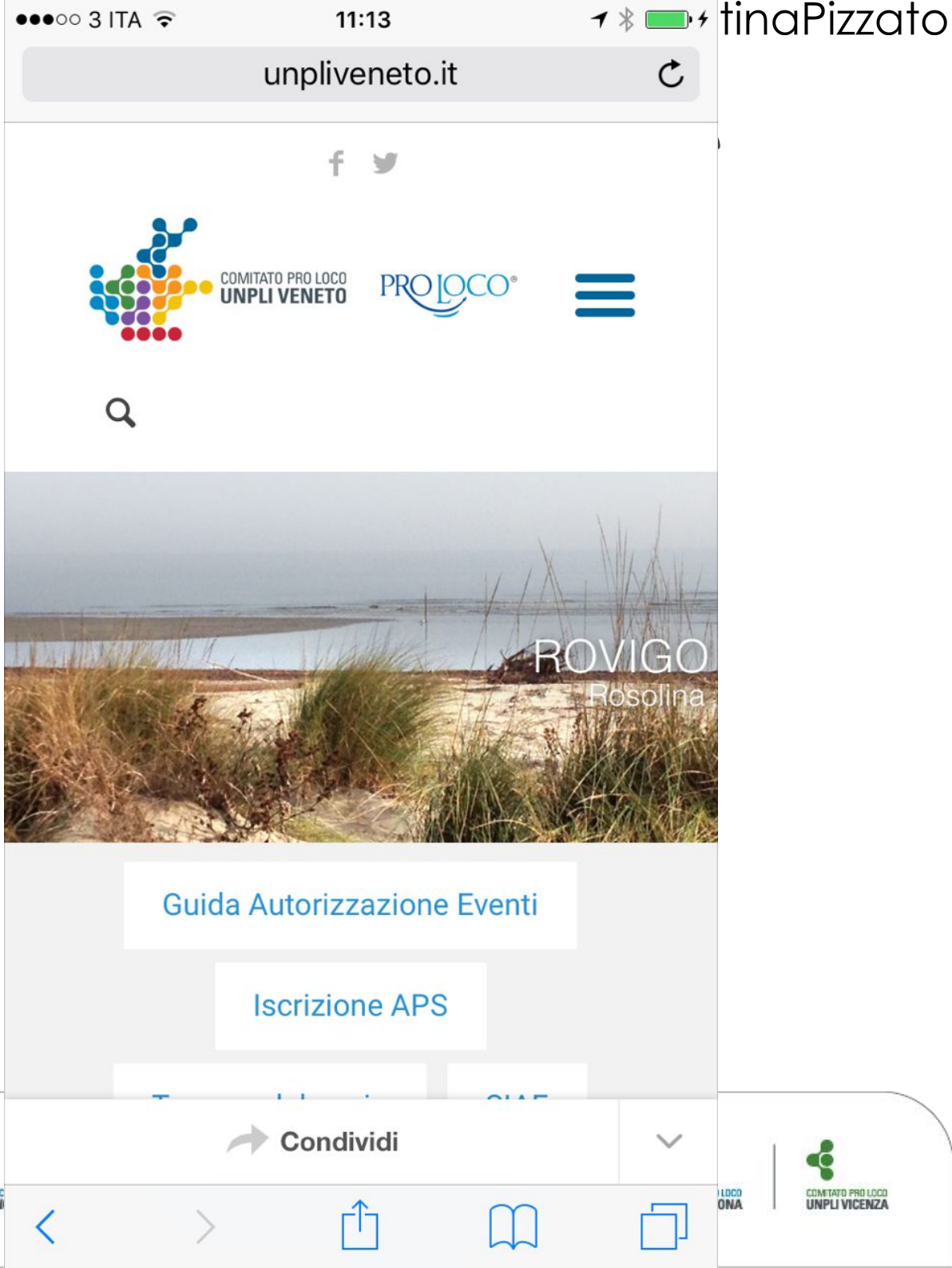
EVENTI VENETI: NASCE LA

Condividi

# Il nuovo sito di

Perché un nuovo sito?

Innanzitutto perché c'era l'esigenza di avere un sito "responsive", capace cioè di adeguarsi automaticamente ai diversi formati dei device utilizzati oggi dalle persone.



# Il nuovo sito di Unpli Veneto

Organizzare meglio i contenuti  
inserendo la possibilità di accedere  
alle informazioni da più punti:

- barra menu
- pulsanti 'tematici'



# Il nuovo sito di Unpli Veneto

← → ↻ ⓘ www.unpliveneto.it



HOME UNPLI PRO LOCO NEWS CONTATTI

ROVIGO  
Rosolina

CHI SIAMO E MISSION

LEGGI SULLE PRO LOCO

LOGHI E MANUALI

SERVIZIO CIVILE

NEWS

PROGETTI

PRO LOCO

EVENTI

Guida Autorizzazione Eventi

Iscrizione APS

Tessera del socio

SIAE

Convenzione Energia e Gas

## Progetti

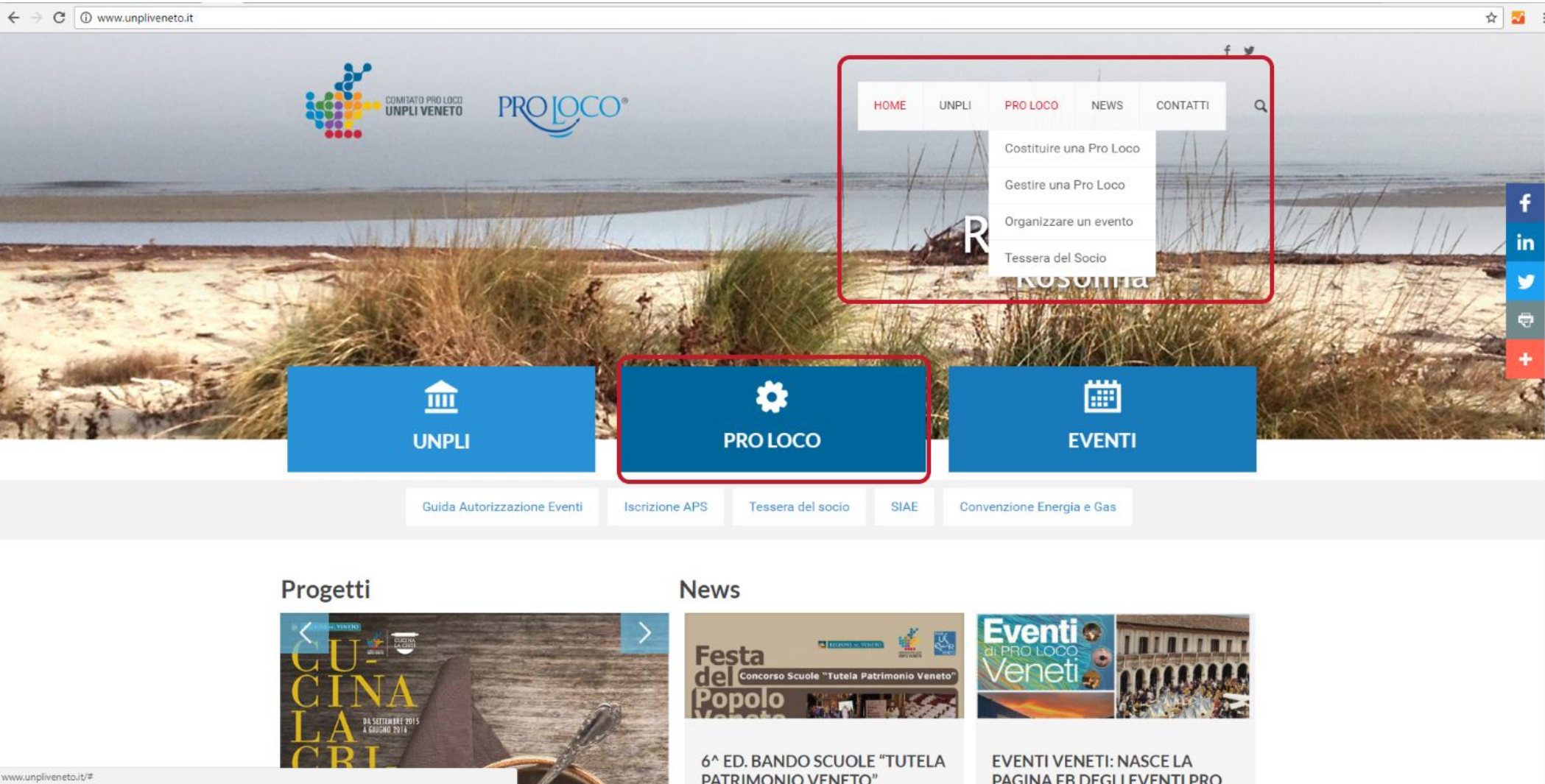


## News





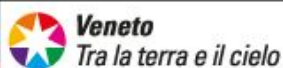
# Il nuovo sito di Unpli Veneto





# Il nuovo sito di Unpli Veneto

Pagina **'Eventi e curiosità'** che fa da aggregatore per tutte le news inviate al sito e pubblicate sulla Pagina Facebook dedicata agli eventi.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Il nuovo sito di Unpli Veneto

www.unpliveneto.it/eventi-curiosita/



PRO LOCO®

HOME

UNPLI

PRO LOCO

NEWS

CONTATTI



Eventi e curiosita

Home > Eventi e curiosita



Timeline Photos

Una bella iniziativa quella del Consorzio Colli Berici di venerdì 21 ottobre a Villa Cordellina Lombardi a Montebelluna (VI): alle ore 20.15 si terrà la Cena di Solidarietà "Un'amatriciana per Amatrice" il cui ricavato verrà devoluto in...



Eventi Veneti @ 2016-10-15



Timeline Photos

Per una domenica fuori porta ti aspetta il 15 ottobre una passeggiata immersa nella natura ai piedi dei Colli Berici dove potrai scoprire i luoghi nascosti di Sossano (VI) e lavori e passioni dei suoi abitanti. Ritrovo ore 9 al parcheggio del Muni...



Eventi Veneti @ 2016-10-13



Vicenza - Pro Isola

Timeline Photos

Il 16 ottobre venite a degustare alla 55ª Festa dello Spiedo a Isola Vicentina (VI) il tradizionale Spiedo di carne cotta sul fuoco a legna accompagnato dalla "polenta onta" e lo spiedo di verdure accompagnato da formaggio. E inoltre, stand Vini...



Eventi Veneti @ 2016-10-12



www.veneto.eu



# Il nuovo sito di Unpli Veneto

Pagina **'News'** che riassume informazioni, news e comunicazioni istituzionali importati.



**Veneto**  
*Tra la terra e il cielo*

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



# Il nuovo sito di Unpli Veneto

www.unpliveneto.it/news/



PRO LOCO®

HOME

UNPLI

PRO LOCO

NEWS

CONTATTI



## News

Home > News



### 6^ ED. BANDO SCUOLE "TUTELA PATRIMONIO VENETO" 2016/2017

Partono le iscrizioni per la nuova edizione del Bando dedicato al Patrimonio del Veneto



### AL VIA I CORSI DI FORMAZIONE PER LE PRO LOCO VENETE

Si terranno nel mese di ottobre gli incontri di formazione per le Pro Loco venete



### 3^ ED. PREMIO LETTERARIO "M. BENETAZZO"

Il Consorzio Pro Loco Astico Brenta (VI) indice la terza edizione del premio letterario dedicato



### EVENTI VENETI: NASCE LA PAGINA FB DEGLI EVENTI PRO LOCO

E' online la nuova pagina fb dedicata agli eventi delle Pro Loco venete



### TERREMOTO CENTRO ITALIA: RACCOLTA FONDI UNPLI VENETO

L'Unpli Veneto attiva una raccolta fondi per le comunità colpite



### UN'AMATRICIANA PER AMATRICE: RACCOLTA FONDI

L'Unione Nazionale Pro Loco d'Italia ha lanciato un'importante e bella iniziativa dal titolo



www.veneto.eu





# Il nuovo sito di Unpli Veneto

Aumenta l'interazione con gli utenti offrendo la possibilità di iscriversi alla **Newsletter** per rimanere aggiornati circa le attività ed iniziative del Comitato Regionale.



[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO





# Il nuovo sito di Unpli Veneto

www.unpliveneto.it/category/progetti/



tratta di una rassegna che riunisce [...]



terra, rivalutando e riscoprendo le ricette che talvolta si sono un po' perse.



## SPETTACOLI DI MISTERO

"Novembre", in Veneto, si traduce solo con un'altra parola: "Mistero". Il Festival dedicato interamente ai luoghi leggendari e misteriosi della regione, che per tutto il mese tiene banco dalle montagne [...]

**Unpli Veneto**  
Piazza Squillace, 4  
31050 Miane (TV)  
tel: 0438 893385  
fax: 0438 899768  
[segreteria@unpliveneto.it](mailto:segreteria@unpliveneto.it)

### Newsletter Unpli Veneto

Iscriviti subito alla nostra newsletter per rimanere sempre aggiornato.

Email Address

Iscriviti



© 2016 Unpli Veneto. Tutti i diritti riservati. [Credits](#)

[Contatti](#) [Privacy](#)

# Q&A

Maria Cristina Pizzato

@cristinapizzato

[cristina@mariacristinapizzato.it](mailto:cristina@mariacristinapizzato.it)  
[cristinapizzato@gmail.com](mailto:cristinapizzato@gmail.com)

<http://mariacristinapizzato.it/>  
<http://per-corsowebmarketing.com/>



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA

grazie



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



PRO LOCO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI BELLUNO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI PADOVA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI ROVIGO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI TREVISO



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VENEZIA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VERONA



COMITATO PRO LOCO  
UNPLI VICENZA