

Protocollo di comunicazione web/social

L'importanza dell'uso delle piattaforme web/social é un punto fondamentale nel fare conoscere l'esistenza e le iniziative del Comites per una determinata audience di pubblico che quotidianamente usa il web ed i social come spazio di informazione, discussione e socializzazione.

La funzione della comunicazione basata sulle piattaforme tecnologiche si differenzia nei modi e negli usi dalle altre tipologie di comunicazione tradizionale.

Piano strategico:

La strategia comunicativa viene rivolta principalmente alla comunità locale, con la partecipazione di target legati alle altre istituzioni (ambasciata, consolato, maeci, istituzioni olandesi) e partecipatori all'attività del Comitato (associazioni sul territorio, associazioni locali, attori esterni)

Sul piano degli obiettivi comunicativi possiamo individuare tramite il modello di Governo delle relazioni tre tipologie fondamentali di informazione che il Comites dovrebbe usare:

- Comunicazione cognitiva: riguarda il lato informativo che può riguardare sia le azioni compiute dal Comitato, sia quelle portate dallo stesso a conoscenza della comunità.
- Comunicazione comportamentale: è l'utilizzo dello strumento social/web che vuole indurre la comunità ad agire o a cambiare, ne sono esempio le campagne sociali e di sensibilizzazione, basa la propria efficacia quant si instaura un rapporto di fiducia reciproca.
- Comunicazione affettiva: ha lo scopo di migliorare l'approccio e il sentire generale verso il Comites e le istituzioni in generale, consiste in tre gradi di influenza; gradimento, preferenza e convinzione, è uno strumento ottimo per avvicinare le istituzioni alla comunità.

I canali a tutt'oggi in uso al Comites sono: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e LinkedIn.

A fronte della futura realizzazione di progetti che necessitino di una comunicazione più ampia che vada oltre il pubblico che usufruisce dei canali di comunicazione del Comitato, potrà essere messo a bilancio un budget per la sponsorizzazione sui differenti canali.

Piano Operativo:

La tipologia di relazione più utilizzata dal Comites come ente di raccordo dovrebbe essere quella di Agevolazione, che mira alla formazione e informazione della comunità in funzione della trasparenza e della libertà di

informazione, e quella istituzionale (propaganda) basata su un dialogo unidirezionale (come quello della sola pagina Facebook, o del Sito)
Le modalità di relazione che il comitato potrebbe adottare si possono individuare in una modalità indifferenziata, che si rivolge all'interessa della comunità, modalità meno onerosa, ma che rischia di veicolare un'informazione troppo generica, e in una modalità differenziata,

in cui gli obiettivi e i contenuti della comunicazione sono rivolti a target differenti, più onerosa in termini di mantenimento ma sicuramente molto più efficace.

Riguardo le modalità di contatto dettate dagli strumenti esistenti, parliamo di una interazione su vasta scala come obiettivo a lungo termine.

Lo stile comunicativo rispetto alle modalità di contatto dovrebbe differenziarsi in un stile educativo (fonte autorevole che istruiscono il target del messaggio. es. Sensibilizzazione) e in uno stile informativo (veicolare informazioni come Consiglio. es. Attività dell'assemblea, orari, etc.) per quanto riguarda le piattaforme più istituzionali (web/pagina facebook, linkedin) e uno stile misto che comprenda oltre ai due stili già citati uno stile comunicativo di intrattenimento (suscita emozione, familiarità, fidelizzazione al canale comunicativo es. Eventi, Iniziative, etc.) da utilizzare sui restanti canali (twitter, instagram, gruppo facebook)

I tempi e il progetto editoriale della comunicazione dovrebbero tenere conto della capacità di Presidiare I canali di comunicazione, attraverso la produzione di contenuti differenziati: da una parte messaggi Caldi, come comunicazioni e atti, eventi e progetti, dall'altra messaggi Freddi, da produrre per mantenere vivo l'interesse della comunità, a queste tipologie di messaggi va sicuramente affiancata una tempistica ad hoc per ogni singola attività o progetto a lungo termine, che favoriscano un contatto e un dialogo a lungo termine con l'utenza, in modo da sviluppare al meglio un rapporto di fiducia ed un effetto di fidelizzazione.

Uno strumento molto utile sul piano del Progetto editoriale è sfruttare il cross-posting sui differenti canali di comunicazione sfruttandone le caratteristiche intrinseche. (ad esempio, usare il sito web e la pagina facebook come contenitori per le informazioni, twitter e Instagram per rilanciarle e il gruppo facebook per instaurare un dialogo ad hoc sull'argomento con la comunità)

Il flusso editoriale si compone di differenti livelli:

- Responsabili delle varie piattaforme: collaborano tra loro e si coordinano per ottenere una comunicazione organica attraverso I vari canali, possono pubblicare post relativi a notizie di interesse generale per la comunità, eventi istituzionali, e post freddi (vedi sopra) per mantenere alto l'interesse, in autonomia

- Esecutivo: da indicazione dei contenuti di interesse del Comitato da pubblicare e può pubblicare direttamente se ritiene notizie relative all'attività dell'assemblea, con il solo limite di coordinarsi tramite i differenti canali.
 - Assemblea: è chiamata in causa dai responsabili della comunicazione dei vari canali o dall'esecutivo nel caso vi sia un contenuto che per contenuti, toni o argomenti sia dubbio nella sua diffusione e necessiti di un consenso a maggioranza semplice o di un eventuale bocciatura/rimozione (vale naturalmente per tutti quei contenuti postati dall'utenza che non ricadano in volgarità, spam o simili ma che rappresentino un problema di opportunità o che potrebbero urtare la sensibilità dell'utenza, post ad personam, politici o che possano influenzare negativamente la reputazione del Comitato stesso) ha facoltà, naturalmente di segnalare all'esecutivo o ai singoli responsabili della comunicazione post e commenti che ritiene inadatti.
- Passiamo ora alle differenti Policy da adottare:

Policy interna: (modalità nella comunicazione dei singoli Consiglieri, dell'Esecutivo e della Presidenza)

- Uso in nome del Comites; l'uso delle piattaforme a nome dei singoli dev'essere ricondotto nello spirito pubblico dell'ente di imparzialità e non discriminazione, in tutti i campi applicabili.
- Uso del profilo privato; essendo riconoscibili anche a livello personale come membri del comitato, sta alla sensibilità di ognuno evitare post o commenti che rechino danno di immagine al Comites, commenti o post dove si dichiarano posizioni estremistiche e discriminatorie dovrebbero essere evitati.
- Lo stile di comunicazione suggerito è adattivo e dipende sostanzialmente dall'argomento e dallo stile comunicativo con cui ci andremo a confrontare in termini di risposte o richieste di informazioni, va da sé che un registro formale si adatta a una comunicazione istituzionale, uno stile più informale ad un'opinione o rapportato allo stile informale dell'interlocutore. Di norma, visto lo strumento, un tono informale, soprattutto sulle piattaforme in cui vi è una condivisione di stato (Facebook, Twitter) è preferito. Una comunicazione differenziata, quindi che si adatti ai differenti target è la scelta migliore.
- Nella fattispecie dei commenti sul gruppo facebook è buona pratica lasciarli sempre aperti favorendo l'interazione, in caso di critiche è suggerito sempre di rispondere con un contenuto positivo ed informativo con toni garbati, non cadere nelle provocazioni, che riguardino l'ente o il consigliere, ma piuttosto se questi assumessero toni diffamatori, volgari o di promozione esterna, rimuoverli sul momento.
- Per quanto riguarda la pagina facebook, essendo utilizzata per la comunicazione istituzionale e quindi unidirezionale, sarebbe appropriato chiudere i commenti e se il post è di interesse pubblico, riportare lo stesso sul gruppo facebook, lasciando su quest'ultimo la possibilità di commentare.

Policy esterna: (modalità di partecipazione e comunicazione dei cittadini nei confronti del Comitato e dei suoi organi interni, da applicare prevalentemente come regolamento del Gruppo/Pagina Facebook e come linee guida per le altre piattaforme social/web)

1) Il gruppo Comites Community nasce e si propone come spazio di informazione e dialogo del Comitato degli Italiani all'Estero dei Paesi Bassi, è un gruppo apartitico, che non pratica e non ammette nessuna discriminazione di genere, religione, politica e culturale, ma fa dei differenti punti di vista un valore.

- Prestare attenzione all'interazione da parte degli utenti, sia con riferimento al tipo di messaggi, riservandoci di rimuovere spam, off topic, commenti offensivi o inappropriati, sia alla privacy degli stessi nei messaggi pubblici, che potrebbero divulgare informazioni personali (verrà ripreso nella policy esterna)

- La pubblicazione di contenuti multimediali dev'essere limitata in generale a contenuti interni, pubblici, copyright-free o di cui si abbia avuto autorizzazione dai titolari (fare sempre attenzione a audio e video che contengono immagini di persone e bambini)

2) Qualsiasi informazione o indicazione fornita sul gruppo, se non accompagnata da fonte verificata o come comunicazione ufficiale del Comitato, sia essa data dagli altri utenti sia data dagli amministratori/moderatori del gruppo stesso, è da considerarsi "as is" e non vincolante.

3) I post degli utenti e i loro commenti devono rispettare il dialogo civile sempre, eventuali commenti volgari, provocatori, diffamatori nei confronti di altri membri o del Comitato stesso verranno in prima istanza rimossi e se reiterati porteranno a un periodo di esclusione del gruppo, fino, nei casi più gravi al ban dal gruppo. La valutazione dei contenuti è prerogativa esclusiva del Comitato.

4) Non sono permessi post che sponsorizzino attività private o eventi privati, annunci di lavoro o di vendita/affitto se non con l'esplicita approvazione dell'amministrazione del gruppo, tali post verranno rimossi e se reiterati, gli utenti responsabili dei contenuti sanzionati.

5) Con la pubblicazione di contenuti multimediali all'interno del gruppo, se titolari di quest'ultimi, si accetta implicitamente l'uso dei medesimi da parte del Comitato stesso per le finalità informative e comunicative del Comites stesso.

6) Post o commenti che contengano link a altre pagine/gruppi/siti se non legati a pagine istituzionali o a notizie da organi di stampa potranno essere rimossi a insindacabile giudizio del Comitato.

7) Eventuali critiche alla moderazione o all'amministrazione del gruppo possono essere inviate in forma privata ai singoli Amministratori o Moderatori.