

Utilizzare al meglio Twitter

Link abbreviati e metriche: dato lo spazio limitato a 140 caratteri, è utile inserire link ad approfondimenti nel proprio post, utilizzando strumenti che consentano di abbreviare gli stessi link. Sebbene Twitter proponga abbreviazioni automatiche, è consigliato utilizzare un servizio esterno a scelta (come ad esempio <https://bitly.com>), in modo da consentire metriche ed analisi specifiche sui click ricevuti. È bene prestare molta attenzione a cliccare a propria volta su link abbreviati, in quanto possono essere utilizzati per mascherare siti illegali o pericolosi.

“@”: la funzione “@” è da porre direttamente senza spazi davanti all’username di un altro utente. In questo modo, il tweet interessato comparirà direttamente nel wall dell’utente scelto. È uno strumento utile per inviare messaggi e allo stesso tempo condividere il proprio tweet con tutti i follower dell’utente scelto. È una funzione che richiede una certa fantasia nell’individuare le organizzazioni o i singoli utenti più vicini al tema e potenzialmente più rilevanti per il contesto. È importante non abusare di questa funzione, utilizzandola solo in caso si conosca bene l’altro utente o si condividano reciprocamente interessi.

“#” è da porre senza spazi prima di una parola contenuta nel proprio tweet, di particolare rilievo tematico o relazionale. È una funzione che facilita la ricerca del proprio tweet da parte di altri utenti, costituendo infatti lo strumento per la ricerca secondo parole chiave in twitter. Ponendo per esempio “#management” nel proprio testo si consentirà a tutti gli utenti che stanno cercando informazioni su “management” di arrivare al proprio profilo. È una funzione molto importante, che richiede una visione di insieme sul senso ultimo delle proprie attività.

“Retweeting”: una delle operazioni più semplici e utili consente di “girare” alla propria comunità di riferimento il tweet di un altro utente, considerato di particolare interesse. È utile farlo in quanto costruisce un legame tra utenti, contribuendo alla costruzione della comunità. Si potrebbe dire che i retweet costituiscono i mattoni di twitter e che uno degli scopi ultimi di aprire un profilo sia quello di essere retweettati. Per fare in modo che questo accada è utile iniziare a farlo e per ottimizzare ulteriormente l’effetto è possibile e utile aggiungere al retweet una considerazione personale, un giudizio o un invito rivolto alla comunità o al primo mittente.

Follow e follow back. La propria rete cresce anche in misura del fatto che si decida di seguire altri utenti, invitandoli a loro volta a ricambiare. Con il crescere della comunità si pone presto la domanda se sia opportuno o meno diventare follower di tutti i propri contatti. Se da un lato è bene non porre vincoli e incentivare il “follow back” (ovvero se tu mi segui, io ti seguo), dall’altro è anche segno di forza avere più follower che following, consentendo in questo modo anche la creazione di comunità più specifiche e rilevanti. Importante per ogni singolo profilo ufficiale: seguire USInews.

Visibilità. Per massimizzare i contatti è possibile inserire il nome del proprio profilo su altri supporti comunicativi, come le firme automatiche dell’email, i bigliettini da visita, il proprio sito web ecc.

Gestione delle critiche: è consigliato essere preparati alla possibilità che qualche utente posti commenti negativi e critiche. Davanti a casi concreti è bene rispondere in modo tempestivo, chiaro, trasparente e argomentato, senza eliminare eventuali post negativi e senza scadere in toni bassi, accesi o polemicici: un dialogo – anche se problematico – è segno di forza e di apertura. Considerate inoltre il possibile aiuto che potreste ricevere da altri utenti. Solo nel caso di commenti ingiuriosi, razzisti o che nuocciano all’integrità e dignità delle persone è meglio eliminare il commento e rispondere privatamente all’autore avvisandolo che il commento è stato cancellato, spiegandogli le motivazioni e invitandolo a condividere la sua opinione in modo corretto e rispettoso. In generale e soprattutto in caso i problemi emersi tocchino aspetti strategici per le attività dell’USI è utile contattare il Servizio comunicazione e media (058 666 47 92, press@usi.ch).

Per altre informazioni e strumenti: <https://support.twitter.com/>, www.tweetdeck.com