

FACTA

P come Pianeta

“Engagement”: Conosci il tuo pubblico

Docenti

Elisabetta
Tola



Marco
Boscolo



Mauro
Buonocore



Giulia
Bonelli



Francesca
Conti



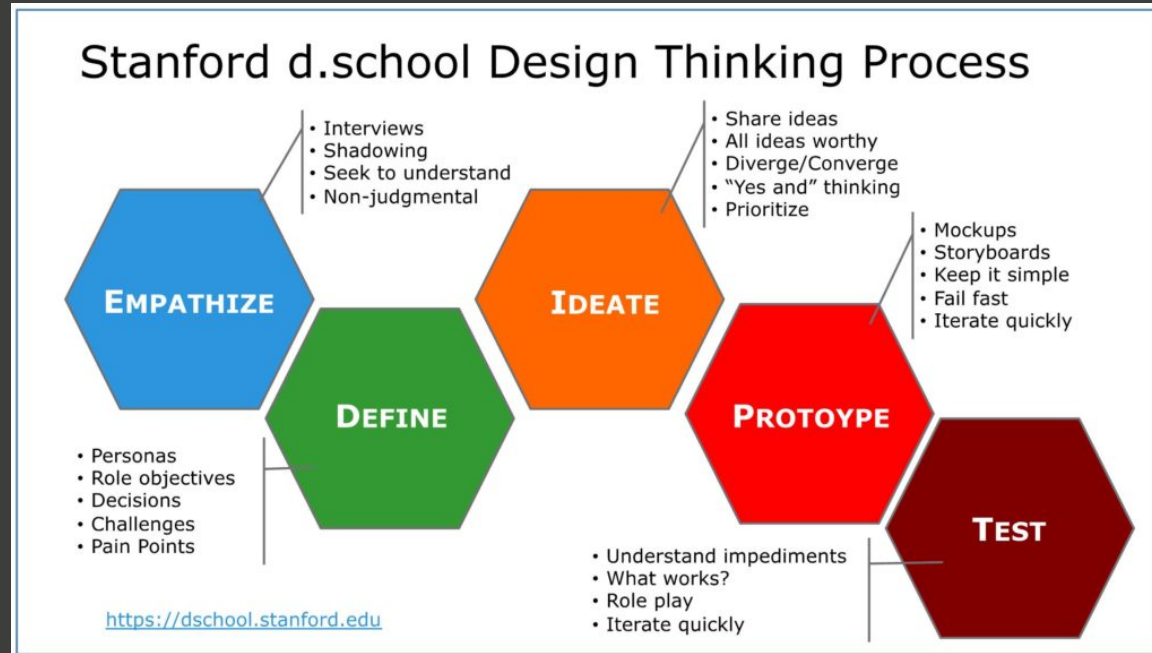
FACTA

Programma di oggi

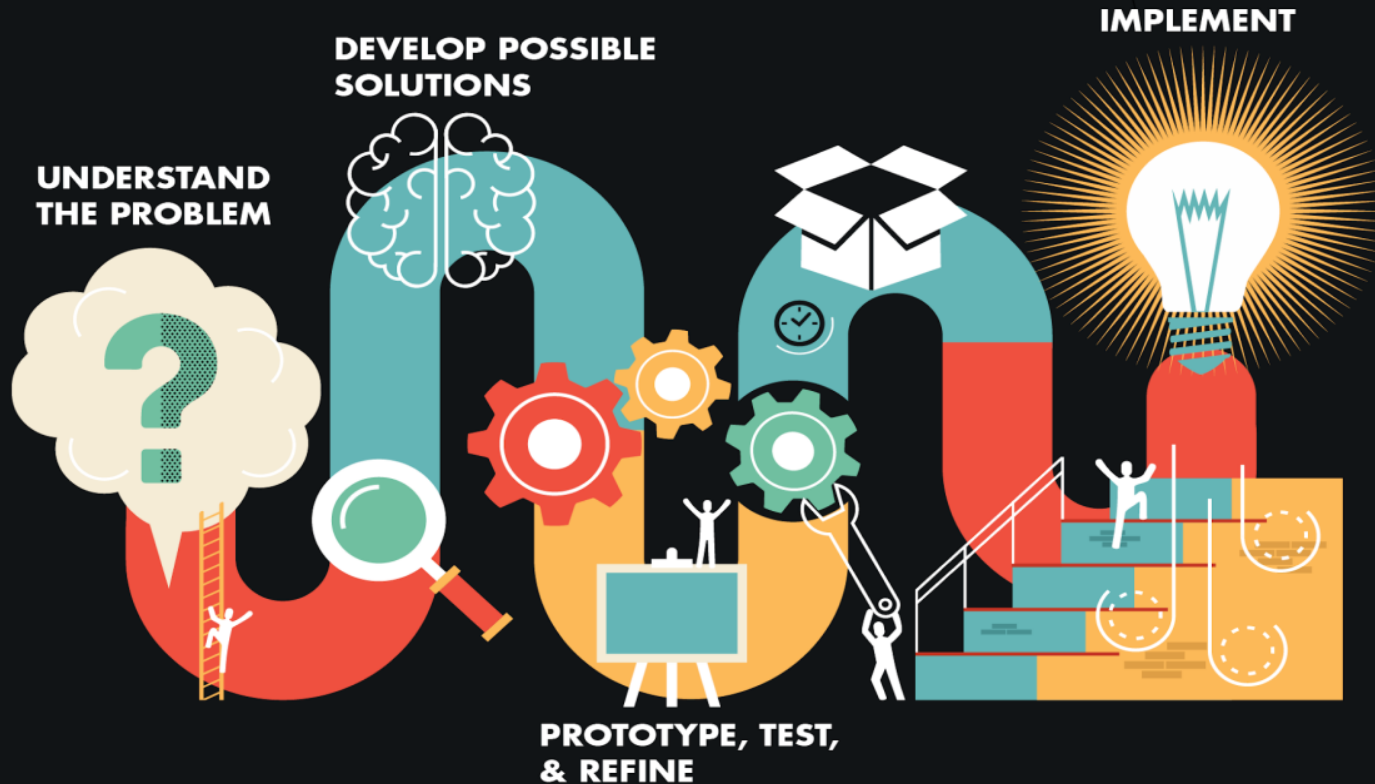
FACTA

- Introduzione
- “Conosci il tuo pubblico?” - Questionario preliminare
- Design Thinking I & discussione
- Break 10 minuti
- Cosa significa “Fare Engagement”
- Casi studio
- Design Thinking II & discussione

Il metodo di lavoro: design centrato sull'utente



FACTA



Questionario preliminare

FACTA

“Conosci il tuo pubblico?”
Google form preliminare

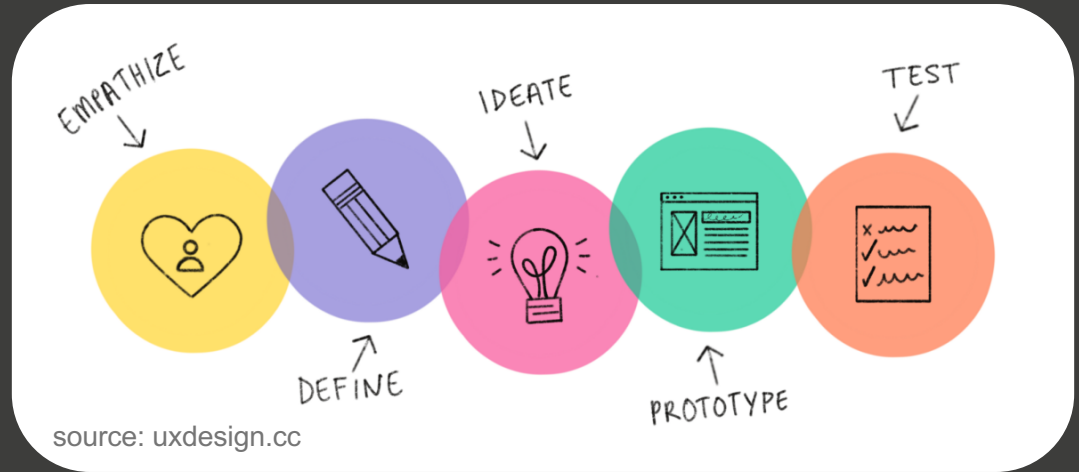


Design Thinking I

FACTA

Restringiamo il campo:

- Problema
- Soluzione

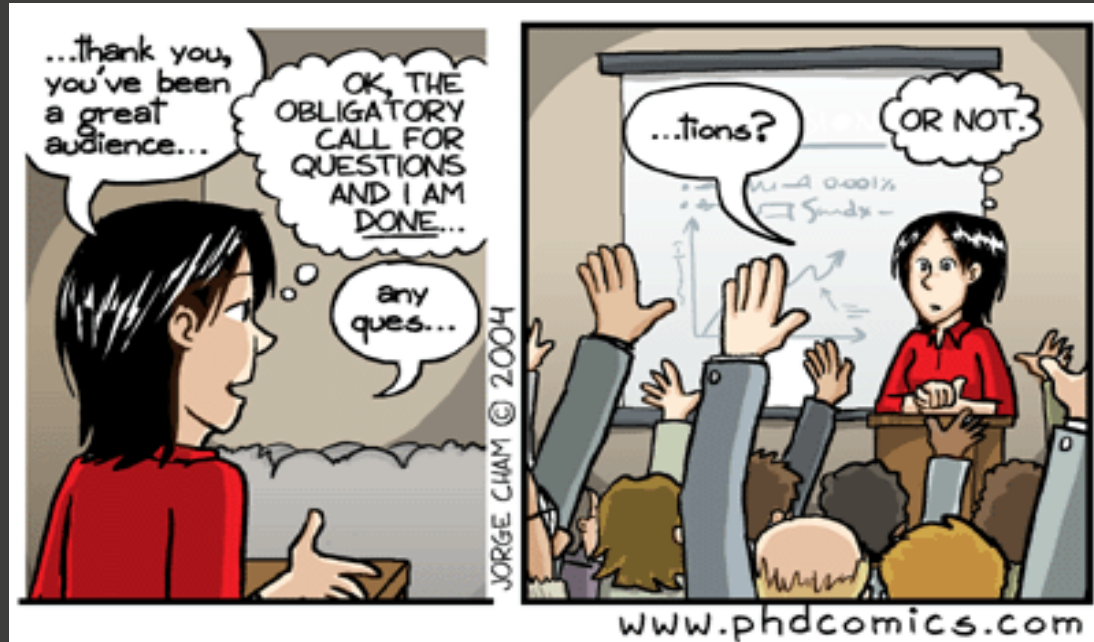


FACTA

**Cosa significa “Fare
Engagement”:
Conosci il tuo pubblico**

Il pubblico,
questo sconosciuto

FACTA



“Make”

FACTA



Quando comincia
l'engagement?

“Promote”

Modello unicorno VS Modello zebra

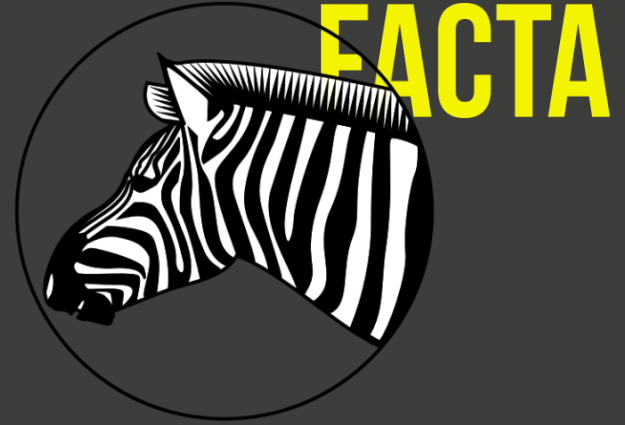
FACTA





Modello unicorno

- Mitico
- Obiettivo: solo quantitativo
- Target: “acquisito”

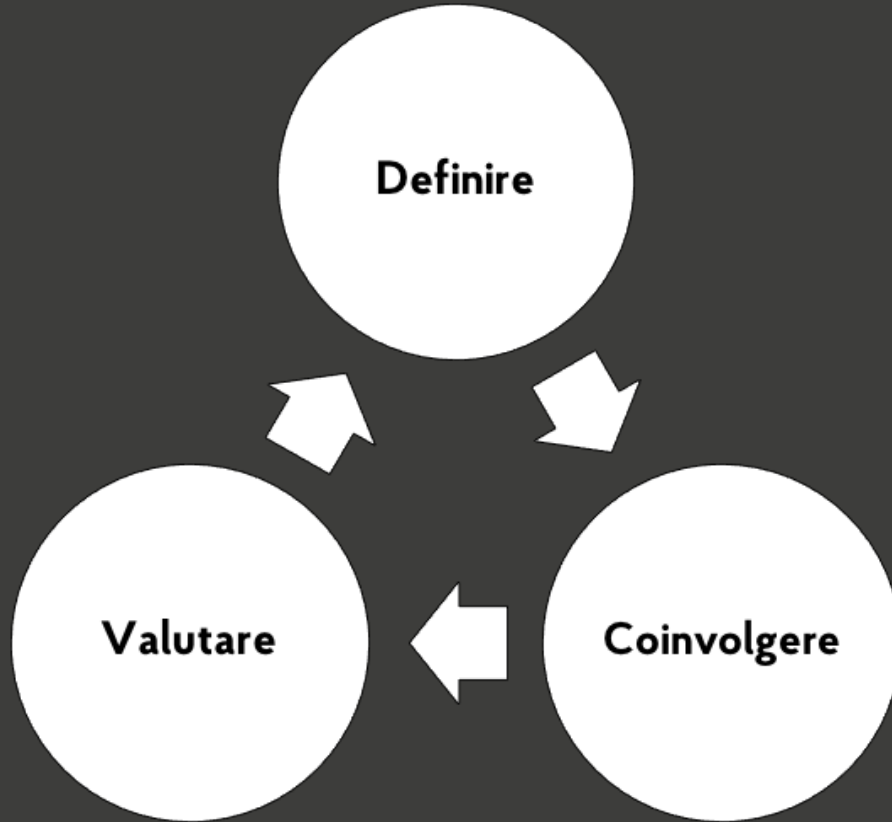


Modello zebra

- Reale
- Obiettivo: anche qualitativo
- Target: “conquistato”

La “conquista” del target

FACTA

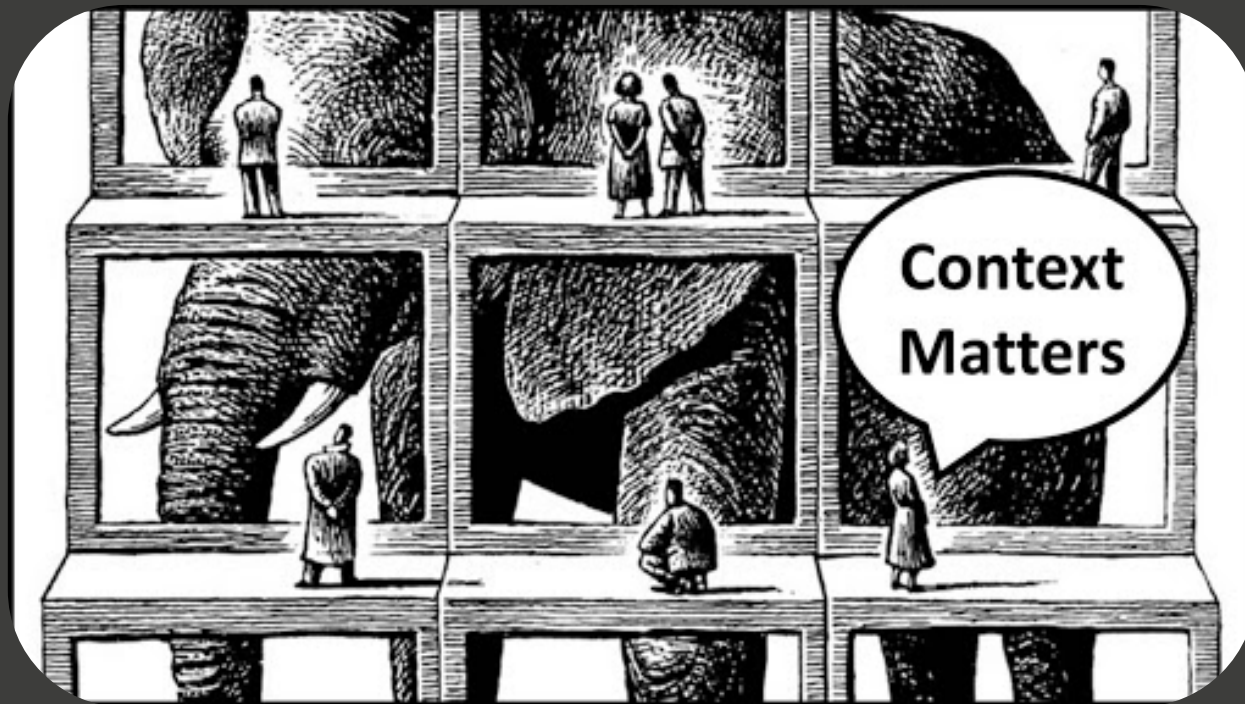


Definire il target

FACTA

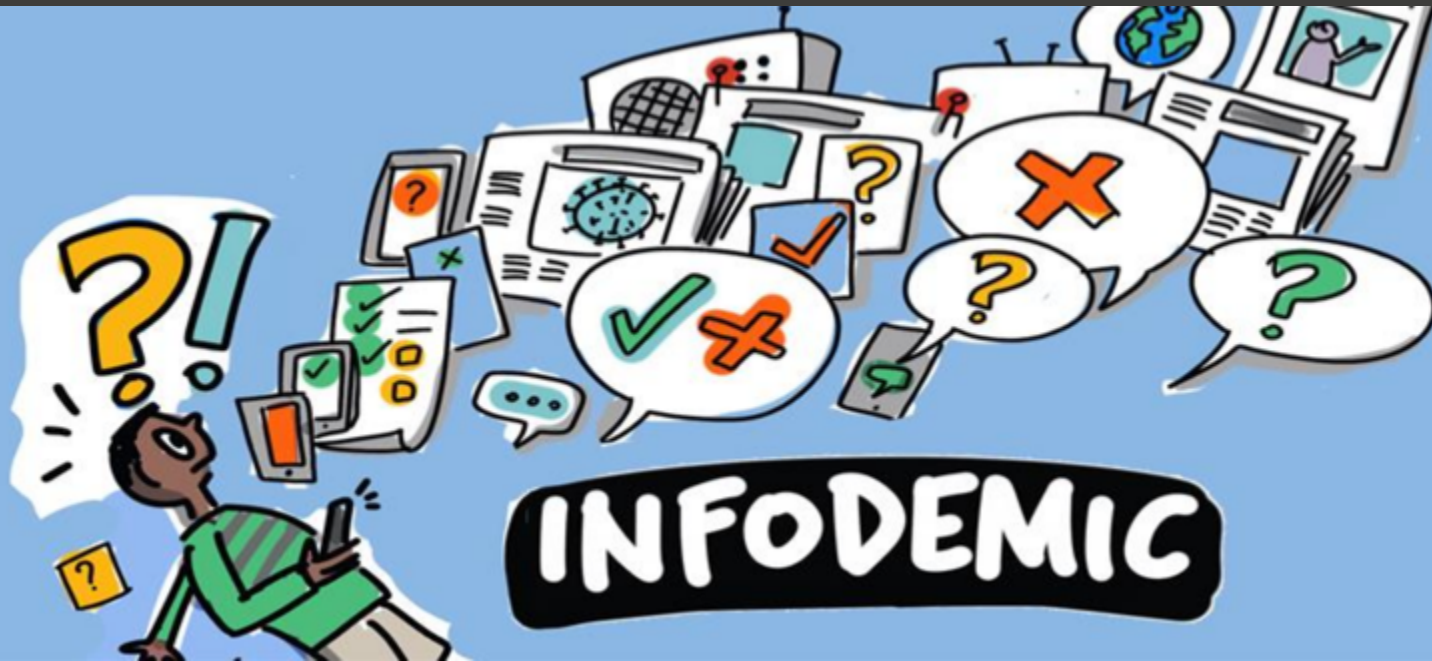
Punto di
partenza:

“The Big
Picture”



Definire il target

FACTA



WHO/Sam Bradd
Credits

“An infodemic is an overabundance of information - some accurate and some not - occurring during an epidemic”

(World Health Organization, April 2020)

Definire il target

FACTA

Approccio:

Il pubblico
non è statico!
(e i criteri solo
anagrafici non
bastano)



Coinvolgere il pubblico

FACTA

Punto di
partenza:

“Community
Group”



Coinvolgere il pubblico

FACTA

Questionari

Discussioni
online

Interviste

Eventi
partecipativi



Strumenti utili

FACTA

- Brainstorming: “lavagne” partecipative

Jamboard: <https://jamboard.google.com/>

Miro: <https://miro.com/signup/>

Padlet: <https://padlet.com>

- Questionari

Google Form: <https://www.google.com/forms/about/>

Survey Monkey: <https://www.surveymonkey.co.uk>

- Quiz & sondaggi

Slido: <https://www.sli.do/>

Mentimeter: <https://www.mentimeter.com/>

Poll Everywhere: <https://www.polleverywhere.com/>

Kahoot: <https://kahoot.it/>

Caso studio

FACTA

Sea
Cleaner



<https://newsera2020.eu/>



NEWSERA

#CITSCI IS THE NEW #SCICOMM

Valutare l'engagement

FACTA

Analisi quantitativa & qualitativa



Focus: social media

FACTA

“Non chiamiamoli nuovi media”

- Facebook ha 16 anni
- Twitter 14 anni
- Instagram 10



Dati aggiornati da: Barbara Sgarzi, "Social Media Journalism", Apogeo (2016)

JAN
2020

DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE DAILY TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA ON ANY DEVICE



Social analytics: esempi

Pages you manage



Futurict2.0

Science, technology & engineering · 36 likes · 43 follows



7 Notifications



Messages



Agenzia Spaziale Italiana

Government organisation · 67,195 likes · 69,455 follows



20+ Notifications



1 Messages



Armenise-Harvard Foundation

5★ · Science, technology & engineering · 917 likes · 950 follows



3 Notifications



Messages



Armenise-Harvard Summer Fellowship for Italian Students

Non-profit organisation · 1,512 likes · 1,530 follows



1 Notifications



Messages



La città dei bambini

Website · 840 likes · 913 follows



10 Notifications



Messages



Diversifood

Community organisation · 745 likes · 807 follows



5 Notifications



1 Messages



AgroBioDiv

@AgroBioDiv

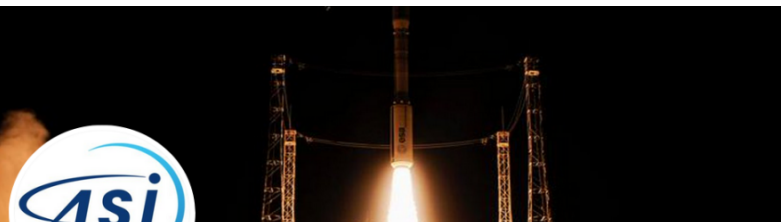
#DYNAVERSITY, #CERERE and @diversifood_eu #H2020 EU 🇪🇺 projects on #plant genetic conservation to promote #agrobiodiversity and low input #agriculture

🔗 dynamiversity.eu 🕒 Born September 18, 1958 📅 Joined February 2019

694 Following

603 Followers

Edit profile



Modifica profilo

Agenzia Spaziale ITA ✓

@ASI_spazio

Account ufficiale dell'Agenzia Spaziale Italiana (ASI). La strada che porta allo spazio passa per il nostro paese! Official account of the Italian Space Agency

[Traduci bio](#)

📍 Roma, Italy 🔗 asi.it 📅 Iscrizione a novembre 2011

238 following

163.897 follower

FACTA

BREAK - 10 minuti

CASI STUDIO - FACTA

FACTA

SEEDVERSIY AND SEEDCONTROL

<http://seediversity.org/>

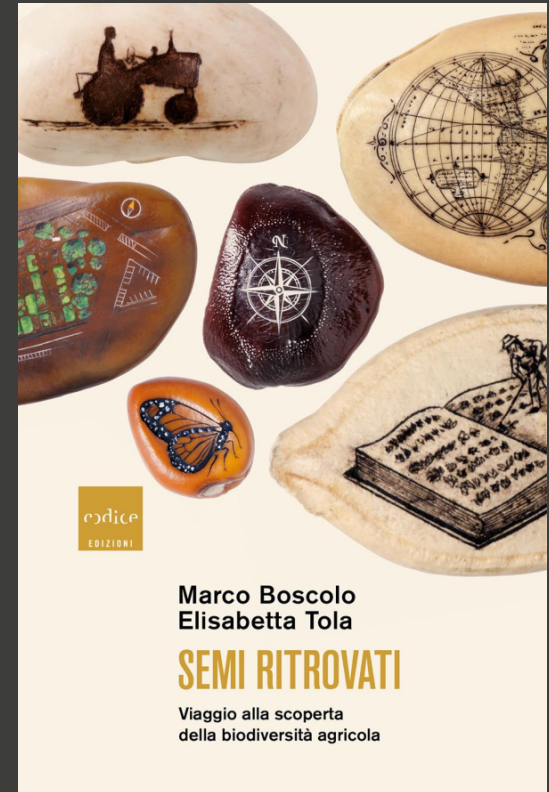
<http://seedcontrol.eu/seed-stories.php>

RINASCIMENTO IN CAMPO

https://www.youtube.com/watch?v=FE23SDj19uU&t=12s&ab_channel=CerereProject

PARTICIPATORY PLANT BREEDING

https://www.youtube.com/watch?v=0hvLqQnlHYs&list=PL0cULOQ2H_50kra4E0kcWr3M6NpiJLBqy&index=6&ab_channel=Dynaversityproject



ESERCIZIO: facciamo *reverse engineering*

FACTA

- a chi si rivolgono? Chi è il fruitore ideale che l'autore aveva in mente?
- Quali indizi (testo, paratesto, contenitore, ecc.) ve lo fanno pensare?

DUE POST-IT A TESTA

Adaptation (Marco Merola): <https://www.adaptation.it/en/credits/>

Mangrovie (Pasotti e Zavoli): <https://static.repubblica.it/repubblica/ambiente/mangrovie-rischio-gamberetti/?ref=RHPPBT-BH-I0-C12-P1-S1.12-T1#slide9>

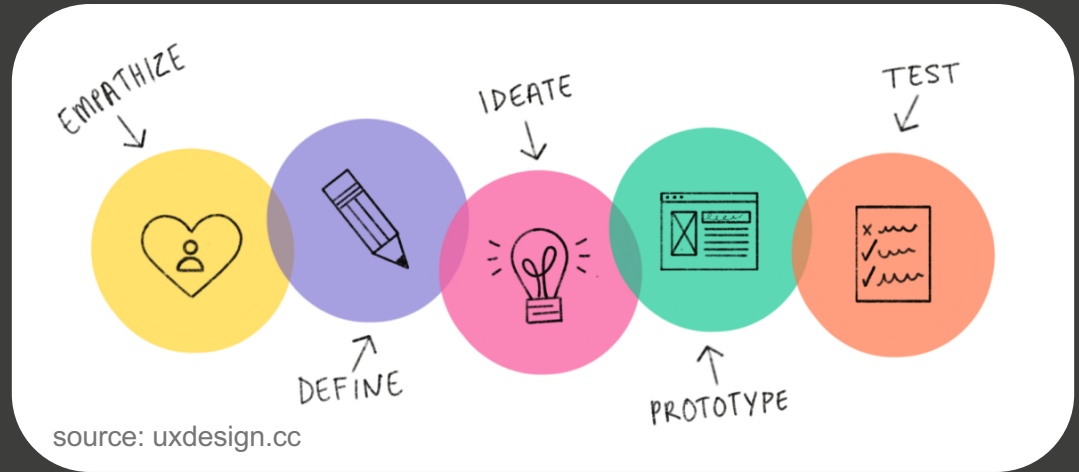
Acqua e carbone - Sudafrica <https://www.watergrabbing.com/sud-africa/>

Le foreste del Borneo (Ottaviani) <https://www.internazionale.it/webdoc/foreste-borneo/>

Design Thinking II

FACTA

- Pubblico/i



Per la prossima volta (se volete!):

- preparate un breve questionario da sottoporre al vostro potenziale pubblico prima di iniziare il vostro prodotto/progetto di comunicazione
- provate a “intervistare” potenziali utenti del progetto per trarne insights/feedback

FACTA

GRAZIE E BUONA SERATA!