

GUIDA AI SOCIAL MEDIA LIVELLO AVANZATO

Sappiamo che clienti e pazienti cercano informazioni sulla nutrizione informandosi attraverso vari canali social, quindi è importante che i professionisti della nutrizione e della salute siano presenti sulle piattaforme social per fare divulgazione scientifica basata su evidenze e correggere, laddove necessario, la disinformazione. Un recente studio su nove dei più famosi social influencer nel Regno Unito che parlano di gestione del peso ha evidenziato che la maggior parte di essi (8 influencer) avevano informazioni poco precise sulla perdita di peso e l'unico influencer con informazioni basate su prove era un nutrizionista della Association for Nutrition.



Questa brochure digitale si aggiunge a quella precedente:

**[UNA GUIDA PER CREARE TWEET, POST E VIDEO
ECCELLENTI \(E BASATI SU PROVE!\)](#)**

in cui abbiamo parlato della necessità di sviluppare contenuti basati su evidenze, creare il tuo pubblico, aumentare il coinvolgimento. In questa piccola guida troverai ulteriori consigli e buone prassi usati da professionisti di marketing e influencer sui social per migliorare la tua presenza sui social media.

DESIGN, IMMAGINI & BRAND

Scegliere il giusto design e le giuste immagini dice molto su di te e sui tuoi interessi. Fare in modo che il tuo contenuto sia interessante ti permetterà di distinguerti dagli altri.

❑ CREA UNA TUA IMMAGINE DISTINTIVA: IL “BRAND”

Scegli i colori, lo stile del font e delle immagini e usa sempre gli stessi in modo da essere immediatamente riconoscibile. Pensa ai colori che normalmente ti attraggono, a quello che ti rappresenta e con cui ti senti allineato. Gioca un po' con programmi come Canva per creare un logo, dei font, dei template e degli schemi di colore. Canva fornisce molti loghi, template per social media, font, idee e immagini per aiutarti. Rendi tutto chiaro, impattante e in linea con la tua immagine. Anche inserire un logo sull'immagine originale o sul template che crei può essere una buona idea. Ciò permette al tuo logo di essere visto da più persone se viene condiviso!

❑ RENDI I TUOI POST CONDIVISIBILI

Includi delle infografiche o dei fatti semplici ma accattivanti che la gente vorrà condividere. Assicurati che il logo sia anche nella grafica o nella griglia dei post in modo da mostrare la tua immagine distintiva. Le persone scorrono le immagini sui social continuamente, quindi hai poco tempo per attirare la loro attenzione e i post facili da capire e da ricordare sono quelli che funzionano meglio. Fai in modo che i messaggi siano chiari, concisi e condivisibili. Ricordati che puoi articolare le tue idee nella descrizione se vuoi o aggiungere un carosello di immagini e informazioni.

❑ L'IMPORTANZA DI UNA GRIGLIA INSTAGRAM BEN RAGIONATA

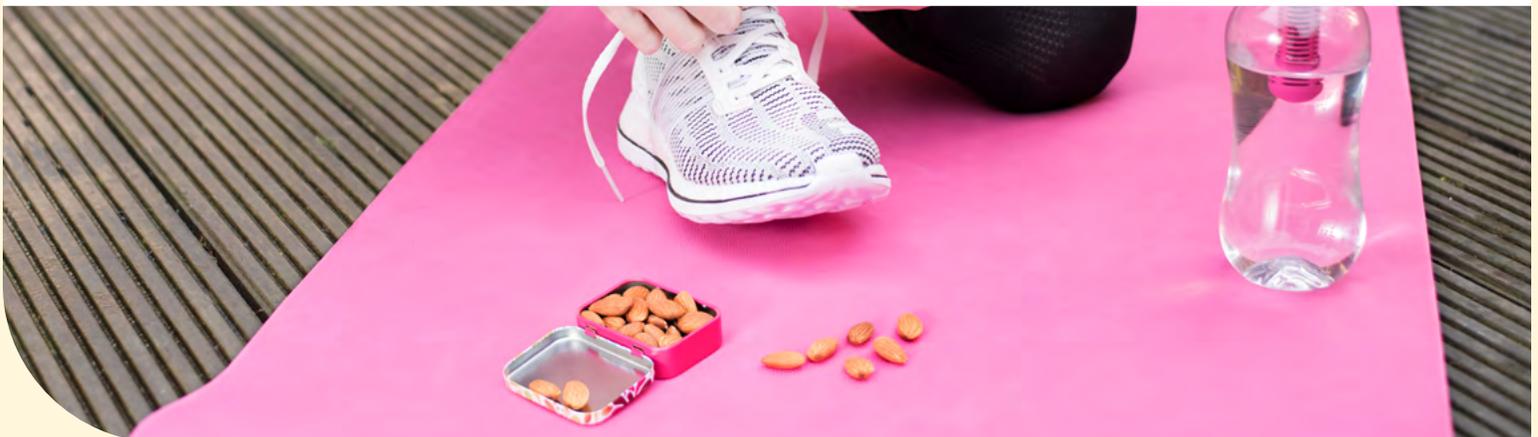
Usa degli strumenti di organizzazione (discussi più avanti in questo documento) dei post per vedere come apparirà il tuo feed e spostarli prima di pubblicarli. Alcuni account usano griglie con testi, altri con immagini stile selfie e altri con cibo - ogni account è diverso. L'ideale è pensare a che tipo di informazioni vuoi condividere e al miglior modo per disporle. La coerenza di colori, font e stile di foto farà apparire il tuo feed più curato.

❑ SCRIVI LA TUA BIOGRAFIA IN MODO ACCURATO

La biografia è la prima cosa che chi visita il tuo profilo va a vedere. Sono solo 150 caratteri, quindi ti suggeriamo di essere preciso e ... coinciso.

✔ ALTRI CONSIGLI:

Scrivi la tua professione/job title, dove lavori, (se rilevante) i tuoi interessi, un modo per essere contattato e un sito web (puoi aggiungere un link nella bio).



CANALI - DA TIKTOK A IGTV E FACEBOOK LIVE

In questa sezione presenteremo una varietà di piattaforme e caratteristiche che vanno oltre i classici feed di Instagram, Twitter e Facebook e che puoi usare per raggiungere un pubblico diverso.

COUSA E' TIK TOK E CHI LO USA?

TikTok è un social network che serve a condividere video creati dagli utenti in cui possono cantare in playback e ballare. Puoi anche mettere un like, seguire o inviare messaggi ad altri utenti. Questa piattaforma si è evoluta negli ultimi mesi con molte aziende che sfruttano l'opportunità di comunicare messaggi in poco tempo - la media è 15-60 secondi. Sebbene inizialmente TikTok fosse rivolto a un pubblico giovane, circa il 40% degli utenti sono giovani adulti (età 18-24) e la percentuale di pubblico adulto sta aumentando.



✓ ALTRI CONSIGLI

Fai video in verticale (in genere visualizzati su smartphone), aggiungi hashtag, interagisci con altri utenti, posta regolarmente e carica video utili e di alta qualità.

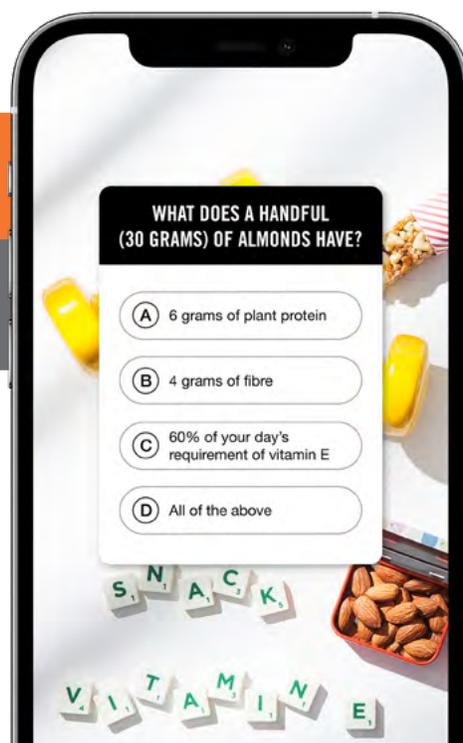
✓ IDEE PER I CONTENUTI

Ricette, sfatare miti, fatti divertenti, 10 fatti su di te, recensione di un documento, un giorno di vita normale, prodotti preferiti, consigli.

Per esempio, puoi creare un video in cui spieghi la differenza fra grassi insaturi "buoni" e grassi saturi "cattivi" mostrando degli alimenti, come ad esempio una porzione di 30g di mandorle (puoi tenere in mano circa 23 mandorle per far vedere la giusta quantità).

UN ESEMPIO DI COSA FUNZIONA... UN QUIZ

✓ QUIZ IG



CANALI - DA TIKTOK A IGTV E FACEBOOK LIVE

NON SOLO LA GRIGLIA SU INSTAGRAM

C'è molto di più su Instagram di quanto comunemente si conosca, che può aiutarti a diffondere i tuoi contenuti e aumentare il coinvolgimento. Prova queste funzioni:

STORIE

Appaiono come dei cerchi nella parte alta dell'app, e puoi caricare contenuti (immagini, scritti, video ecc.) che saranno live per 24 ore prima di scomparire. La storia può essere visualizzata tutte le volte che si vuole in quell'arco di tempo. Fai uso anche di tutte le funzioni come posizione, gif, hashtag, musica, sondaggi, riquadro delle domande, messaggi diretti o conto alla rovescia per citarne alcuni!

IGTV

Puoi condividere video lunghi fino a 1 ora, anche se in genere durano da 1 a 15 minuti. Ricorda che è meglio condividere video in verticale.

VIDEO LIVE

Sono diversi dalle storie su IGTV, in quanto gli utenti possono ricevere una notifica che li avvisa che sei in onda, i follower possono commentare o mettere un like sul video e il video scompare appena finisci (non si salva in automatico sul tuo account).

HIGHLIGHTS

Possono essere aggiunti al tuo profilo ed è un ottimo modo per salvare informazioni chiave per i tuoi follower e per i nuovi arrivati nel tuo profilo! Sono una caratteristica permanente e puoi editarli quando vuoi. Perfetti per informazioni come "consigli", "messaggi chiave", "ricette preferite" ecc.

REELS

La nuova funzione della versione di Instagram di TikTok, un ottimo modo per creare dei brevi video (fino a 60 secondi) che puoi editare direttamente dal telefono. Puoi aggiungere testi, musica, hashtag, e unire dei video... Tutto quello che ti serve per creare dei video impattanti!

ALTRE IDEE DA USARE CON QUESTE FUNZIONI

Considera la possibilità di fare uno spazio Q&A con un collega o un amico, fai domande con un sondaggio su Instagram Storie, o diffondi informazioni basate su prove condividendo altri post che ti piacciono in Storie o nel tuo feed.

CONSIGLI IMPORTANTI: Sii te stesso, scopri qual è il social adatto a te e non aver paura di provare qualcosa di nuovo! La prima storia su Instagram, parlando a una telecamera, sembra sempre strana. Il tuo primo live su Instagram ti sembrerà strano, e anche il tuo primo IGTV sembrerà strano: fai un tentativo!

IDEE PER I CONTENUTI: Come detto sopra per le idee di TikTok, assicurati che siano pertinenti rispetto ai contenuti che vuoi diffondere. Cerca di essere chiaro, conciso e coinvolgente e soprattutto ricordati di essere sempre te stesso!



CANALI - DA TIKTOK A IGTV E FACEBOOK LIVE

FACEBOOK COME STRUMENTO DI MARKETING - GRUPPI E PAGINE

Facebook è un ottimo modo per raggiungere un pubblico diverso, per interagire più a lungo e per uno scambio di idee basato su una discussione. Puoi condividere sondaggi, link ad articoli, parlare più facilmente in un format più lungo e creare una community di persone con gli stessi interessi in un unico luogo.

GRUPPI

I gruppi di Facebook sono un potente strumento di marketing per attrarre nuovi clienti e coinvolgere quelli esistenti con un contenuto esclusivo, la community e il supporto. I gruppi sono un ottimo modo per creare una community in cui i membri possano interagire e condividere interessi o esperienze. Ci sono tre impostazioni di privacy fra cui scegliere: pubblico, privato e visibile o privato e nascosto. Le pagine di Facebook servono a creare una community online autentica e fedele.

PUBBLICO

Tutti possono vedere il contenuto dei gruppi pubblici. Si può vedere anche chi fa parte del gruppo. Inoltre, non è difficile unirsi al gruppo. Se ci sono troppe persone, troppe conversazioni con diverse tematiche, il gruppo può diventare dispersivo e difficile da moderare.

PRIVATO & VISIBILE

Il gruppo sarà ancora visibile tramite ricerca, ma i potenziali membri devono essere accettati dall'amministratore. Solo i membri del gruppo possono vedere post e commenti e sono in genere più facili da moderare in quanto gli interessi possono rimanere specifici allo scopo del gruppo stesso.

PRIVATO & NASCOSTO

Questi gruppi non sono visibili tramite ricerca. Come in quello privato e visibile, solo i membri possono vederne i post e i membri devono essere invitati per farne parte. Questi gruppi vanno bene se vuoi creare un gruppo super specialistico su misura.

CONSIGLI IMPORTANTI

Calendarizza i post per il gruppo in modo da coinvolgere ed evitare la pressione della creazione continua di contenuto. Crea un codice di condotta chiaro, posta messaggi di benvenuto regolarmente e coinvolgi il pubblico! I gruppi sono un ottimo luogo per ricevere feedback, customer insight, connettersi con i membri e dare loro informazioni personalizzate che altrimenti non otterrebbero.

PAGINE

Le pagine di Facebook funzionano come il profilo personale, sono una piattaforma per trasmettere il tuo punto di vista e creare una presenza pubblica autentica con foto e post.

Potresti creare una pagina business su Facebook aperta al pubblico per gli aggiornamenti, con informazioni pratiche come gli orari di apertura, i numeri di telefono e gli indirizzi email oltre a delle call to action. Questa pagina sarà visibile a chiunque ti ricerchi tramite motore di ricerca. C'è comunque la possibilità di rendere questa pagina pubblica, privata o segreta se fosse necessario.

CONSIGLI IMPORTANTI

Metti una foto del profilo riconoscibile e una foto di copertina coinvolgente. Aggiungi un pulsante call to action (per es. "prenota adesso") e rispondi a qualsiasi domanda pratica che arriva dal tuo pubblico.

BATTI L'ALGORITMO

L'algoritmo dei social media è complesso, ma di seguito troverai alcuni consigli per battere l'algoritmo e ottenere più visibilità.

POSTA REGOLARMENTE CONTENUTO DI QUALITÀ

Se posti ogni giorno ma non riesci a coinvolgere, non aiuterai il tuo ranking nell'algoritmo. La coerenza è importante - crea contenuto ogni giorno se puoi, che sia pertinente e interessante per la tua nicchia.

CERCA DI ESSERE ATTIVO IN QUALCHE MODO OGNI GIORNO

Usa un contenuto vario per permettere ai tuoi follower di conoscere te, il tuo lavoro e la tua pagina. Prova una combinazione di video, post, live e IGTV! Tratta i commenti come una conversazione e non aver timore di mostrare la tua personalità.

CREA CONTENUTO CHE PENSI VERRÀ CONDIVISO

Questo ti posizionerà in alto nell'algoritmo. Le infografiche sono perfette per questo scopo e sapere cosa vuole leggere il tuo pubblico è di grande aiuto. Potrai vedere quante persone si sono interessate, hanno commentato o condiviso i tuoi post nella sezione insight sulla tua pagina IG.

INCORAGGIA LA PARTECIPAZIONE NEI POST

Metti delle descrizioni interessanti, fai domande e sii gradevole. Fare domande aiuterà le persone a parlare e a sentirsi a proprio agio nel commentare, quindi rispondi a tutti i commenti e crea un ambiente rilassante.

POSTA NELLE ORE DI PUNTA

Se hai un account business (puoi fare il passaggio andando sulle impostazioni) potrai vedere in quale giorno e a quale ora la maggior parte del tuo pubblico è online e quindi facile da coinvolgere con i contenuti.

USA GLI HASHTAG

Usa una combinazione di hashtag di nicchia e più ampi e che non siano troppi. Il limite massimo permesso è di 30. Account diversi funzionano con diverse strategie di hashtag, ma in generale si consiglia di usarne circa 10 per coprire gli hashtag importanti per il tuo post con un mix di termini di nicchia e più ampi. La gente cerca contenuti tramite hashtag quindi è importante che tutti gli hashtag usati siano pertinenti, ciò permetterà a più persone di trovare il tuo contenuto. Puoi usare la ricerca tramite hashtag su Instagram per vedere quali hanno più post associati, ciò ti aiuterà a costruire la tua lista di hashtag.

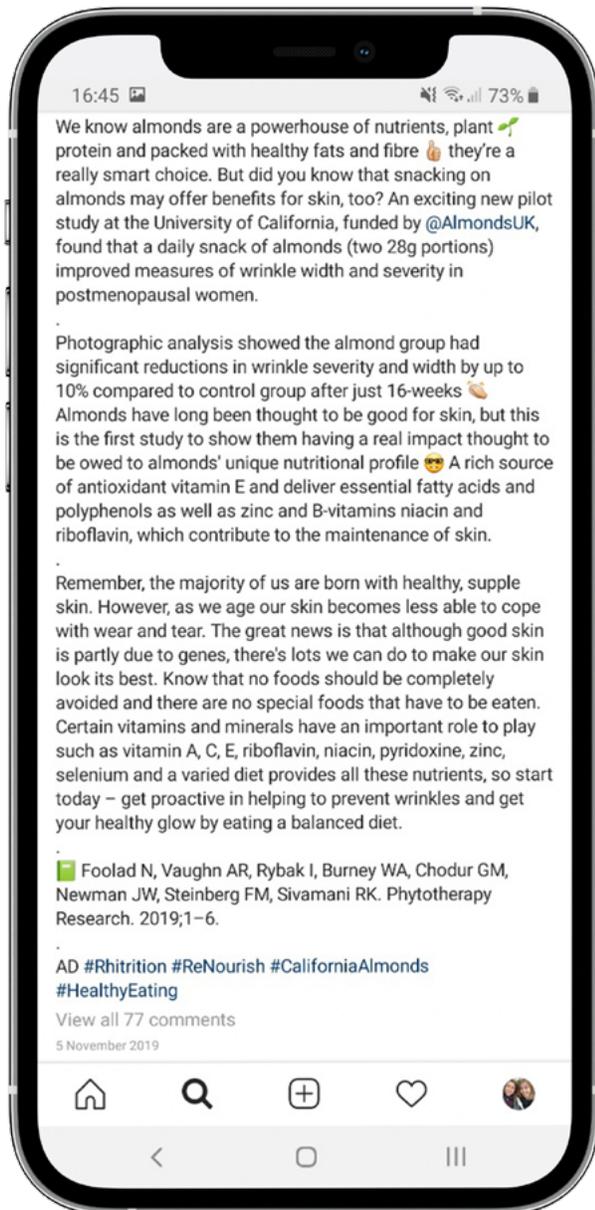
* SuTwitter, i post più efficaci hanno 2-3 hashtag



BATTI L'ALGORITMO

ESEMPIO DI BUONA PRASSI:

Ecco un esempio di post coinvolgente su Instagram



STRUMENTI DI ORGANIZZAZIONE E CALENDARIZZAZIONE DEI SOCIAL MEDIA

Gli strumenti di pianificazione e calendarizzazione sono un modo efficace per risparmiare tempo. La loro fruibilità varia a seconda che si utilizzi la versione gratuita o le varie versioni anche a pagamento che sbloccano diverse funzioni. Queste app ti permettono di caricare facilmente post, organizzare contenuti da postare automaticamente, oltre all'opzione di creazione di blocchi di contenuto. La creazione di blocchi di contenuto e descrizioni è un ottimo modo di risparmiare tempo e creare un feed gradevole alla vista rendendo l'uso dei social piacevole!

PREVIEW

Ti permette di calendarizzare, organizzare, editare e controllare il tuo account business su Instagram. Puoi usare la funzione drag and drop per organizzare i post e vedere anche quale sarà l'aspetto del tuo feed!



HOOTSUITE

Calendarizzare, pianificare e misurare l'impatto con altre funzioni.



LATER

Un'interfaccia facile da usare sia su desktop che su mobile. Puoi importare foto, vedere i post pianificati e salvare hashtag per risparmiare ancora più tempo.



SCHEDUGRAM

Questa app ti permette di visualizzare il tuo feed in anteprima e calendarizzare post e storie su IG, con l'opzione a pagamento per avere ulteriori funzioni hashtag.



ScheduGram

PLANOLY

Questa app ti aiuta a creare il giusto aspetto per il tuo account Instagram. Ti permette di pianificare il feed, analizzare i dati, e ti aiuta a organizzare il feed.

PLANOLY

In sostanza queste app sono molto simili fra loro. La cosa migliore è provarne un paio, vedere con quali funzioni ti trovi meglio e poi valutare se la versione a pagamento può darti un ulteriore aiuto.

RIASSUNTO

Di seguito troverai il riassunto di uno studio recente sulla salute del cuore per trovare ispirazione per un contenuto.

Vita Dikariyanto, Leanne Smith, Philip J Chowienczyk, Sarah E Berry, Wendy L Hall. **Snacking on whole almonds for six weeks increases heart rate variability during mental stress in healthy adults: a randomized controlled trial.** *Nutrients* 2020, 12(6), 1828; <https://doi.org/10.3390/nu12061828>.

LO STUDIO

- Questo studio nutrizionale di intervento randomizzato, controllato, in parallelo ha analizzato gli effetti del consumo di mandorle sui fattori di rischio cardiometabolico negli adulti con rischio CVD superiore alla media. Lo studio ha analizzato l'effetto delle mandorle in confronto al cibo di controllo che forniva le stesse calorie e composizione di carboidrati/grassi/proteine solitamente fornite da uno snack tradizionale in una popolazione di adulti nel Regno Unito.
- Adulti tra i 30 e 70 anni (n=51 nel gruppo con le mandorle, n=56 nel gruppo di controllo) hanno consumato il 20% del loro fabbisogno calorico sotto forma di mandorle intere tostate o un cibo di controllo per 6 settimane. Sono stati misurati i fattori di rischio cardiometabolico inclusi la funzione endoteliale (dilatazione flusso-mediata), la variabilità della frequenza cardiaca, fegato grasso, resistenza all'insulina, colesterolo nel sangue e trigliceridi e composizione corporea.
- Prima di iniziare lo studio, è stato condotto uno studio separato di tre settimane per assicurarsi che l'alimento di controllo avesse un effetto neutro su lipidi, pressione del sangue, peso e composizione corporea.
- Ai partecipanti sono stati misurati la frequenza cardiaca (HR) e la variabilità della frequenza cardiaca (HRV) in periodi di 5 minuti a riposo e durante stress mentale.
- L'HRV in tempo reale è stata misurata prima (a riposo) e durante uno Stroop test (stress mentale) con i partecipanti in posizione supina usando un monitor ECG. Il test per lo stress di 5 minuti è stato effettuato 15 minuti dopo aver registrato i valori HRV a riposo.
- I parametri HRV inclusi l'alta frequenza (HF) e la bassa frequenza (LF) e il rapporto LF/HF sono stati misurati usando un cardiofrequenzimetro da indossare al petto e un software analitico specifico.

RISULTATI

- Non ci sono stati cambiamenti nel peso corporeo e l'assunzione calorica totale in entrambi i gruppi non differiva, ma il gruppo con le mandorle aveva migliorato la qualità della dieta (alto contenuto di fibre, rapporto favorevole fra grassi insaturi e grassi saturi, maggiore quantità di magnesio, potassio, vitamina E e riboflavina e diminuzione di carboidrati totali, amido, zuccheri liberi e sodio).
- Durante lo stress mentale (Stroop test) l'HF era più alta in seguito al trattamento con le mandorle di 124 ms² (95% CI 11, 237), in confronto al controllo. Il rapporto LF/HF era inferiore di -1.0 (95% CI -1.9, -0.1) rispetto al controllo. Non sono state trovate altre differenze in altri indici durante lo stress mentale.
- A riposo fra i gruppi di trattamento non ci sono state differenze nel cambio degli indici di HRV in seguito all'intervento.

CONCLUSIONI

Questo studio fornisce nuove scoperte su come le mandorle possano far parte di una dieta sana per il cuore che influenza i fattori di rischio inclusi la risposta del corpo allo stress mentale. Consumare mandorle al posto di snack tradizionali può ridurre l'abbassamento dell'HRV che si verifica in caso di stress mentale, migliorando di conseguenza la funzione cardiaca. Questa strategia alimentare ha il potenziale di aumentare la resilienza cardiovascolare allo stress mentale, oltre ad avere altri benefici per la salute del cuore legati al consumo di mandorle come la riduzione del colesterolo LDL e il miglioramento della funzione dei vasi sanguigni.

LIMITAZIONI DELLO STUDIO

Le limitazioni dello studio sono dovute ad alcune differenze tra i gruppi nei fattori di rischio di malattia cardiometabolica al basale. Inoltre, i partecipanti erano liberi e, sebbene sia stata confermata la compliance rispetto alle mandorle, è possibile che si siano verificate potenziali imprecisioni nell'assunzione del cibo. Infine, sono necessarie ulteriori ricerche poiché i meccanismi legati all'aumento dell'HRV sono sconosciuti.