



Social Content

Programma analitico d'esame

Disclaimer e condizioni d'uso

Certipass ha predisposto questo documento per l'approfondimento delle materie relative alla cultura digitale e per un migliore utilizzo del personal computer, sulla base degli standard e dei riferimenti europei vigenti in materia. Data la complessità e la vastità dell'argomento, Certipass, in qualità di editore, non fornisce garanzie riguardo alla completezza delle informazioni contenute e non potrà essere considerata responsabile per eventuali errori, omissioni, perdite o danni derivanti dall'utilizzo, anche da parte di terzi, delle informazioni, delle istruzioni o dei consigli contenuti nella pubblicazione.

Parte dei testi e dei contenuti visivi è stata realizzata con il supporto dell'intelligenza artificiale e verificata e approvata da Certipass prima della pubblicazione.

Certipass si riserva di apportare, in qualsiasi momento e senza obbligo di preavviso, le modifiche o le correzioni che riterrà necessarie.

Gli utenti destinatari sono tenuti a consultare periodicamente le aree del portale eipass.com dedicate al programma per verificare la presenza di aggiornamenti.

Copyright © 2026

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge e in osservanza delle convenzioni internazionali. Nessuna parte di questo materiale può essere riprodotta con sistemi elettronici, meccanici o altri, senza l'autorizzazione scritta di Certipass.

Nomi e marchi citati nel testo sono depositati o registrati dalle rispettive case produttrici. Il logo EIPASS® è di proprietà esclusiva di Certipass. Tutti i diritti sono riservati.

Premessa

I social media sono oggi uno dei principali ambienti online in cui persone, imprese, enti e associazioni si informano, comunicano e costruiscono relazioni. Negli ultimi anni sono cambiati profondamente: la distribuzione dei contenuti è guidata da sistemi di raccomandazione, l'intelligenza artificiale è entrata nella creazione e nella verifica dei contenuti, mentre la sicurezza degli account e la tutela dei dati sono diventate questioni quotidiane. Saperli usare richiede quindi competenze che vanno oltre la conoscenza delle singole app.

Queste competenze assumono un ruolo sempre più importante nell'esercizio della cittadinanza digitale. Il Quadro Europeo delle Competenze Digitali per i Cittadini (DigComp 3.0) riconosce, tra le dimensioni fondamentali della competenza digitale, la capacità di valutare le informazioni, comunicare e collaborare, creare contenuti e operare in sicurezza negli ambienti digitali. I social media rappresentano oggi uno degli spazi in cui queste competenze diventano essenziali per partecipare alla vita digitale in modo attivo, critico e responsabile.

In questo contesto nasce EIPASS Social Content, una certificazione dedicata allo sviluppo delle conoscenze e delle abilità necessarie per utilizzare i social media in modo critico, sicuro e responsabile. Il percorso si rivolge a un pubblico ampio: a chi usa i social nella vita quotidiana, a chi li utilizza per studio o per lavoro e a chi cura la presenza online di un'attività, di un'associazione, di un ente o di un progetto. Chi desidera specializzarsi professionalmente nella gestione dei social media può proseguire con EPIQ Social Media Manager, il percorso dedicato alle competenze specialistiche di strategia, advertising e misurazione dei risultati in funzione degli obiettivi di business.

Il percorso accompagna il Candidato attraverso le domande che chiunque si pone quando usa i social: come funzionano le piattaforme, come proteggere i propri account e dati, come capire se un contenuto è affidabile, come crearne di efficaci e accessibili e come gestirli dopo la pubblicazione, anche con il supporto dell'intelligenza artificiale.

L'obiettivo è sviluppare criteri di scelta e capacità di valutazione applicabili anche quando le piattaforme modificano funzioni e interfacce. Per ciascun modulo sono disponibili materiali didattici a supporto della preparazione agli esami.

I riferimenti a piattaforme, marchi, prodotti e servizi presenti nel programma hanno finalità esclusivamente didattiche. Il titolo rilasciato è utilizzabile a livello scolastico, universitario, concorsuale e lavorativo.

Certipass
Centro Studi

Metodo

Proponiamo un modo di elencare e descrivere i contenuti dei moduli previsti utilizzando un sistema intelligibile e immediato per chi deve affrontare il percorso di certificazione e, soprattutto, per chi deve valutare la congruenza delle competenze possedute dall'Utente certificato. Per ognuno degli argomenti previsti, quindi, è presente un quadro di riferimento che indica:

- la definizione sintetica della competenza di cui si tratta;
- tutto ciò che l'Utente certificato conosce di quell'argomento (conoscenze/knowledge);
- tutto ciò che l'Utente certificato sa fare concretamente, in relazione alle conoscenze teoriche possedute (abilità/skills).

Prova d'esame e valutazione

Il rilascio della certificazione avverrà previo sostenimento e superamento di esami (uno per ciascun modulo), tramite piattaforma DIDASKO. Per superare ogni esame, il candidato dovrà rispondere correttamente ad almeno il 75% delle 30 domande previste, in un tempo massimo di 30 minuti.

Sono previste domande con risposta a scelta multipla.

Ogni esame è unico, essendo le domande e l'ordine delle risposte scelto casualmente dal sistema. Lo stesso sistema calcolerà la percentuale di risposte esatte fornite, decretando istantaneamente il superamento o meno dell'esame: non essendovi, quindi, alcun intervento da parte di un Docente/Esaminatore, viene garantita l'obiettività dell'esito conseguito. L'eventuale, mancato superamento di uno o più dei previsti moduli comporterà la ripetizione degli stessi attraverso prova suppletiva.

Moduli d'esame

Modulo 1 | Capire i social media

Modulo 2 | Usare correttamente profili e piattaforme

Modulo 3 | Valutare e condividere contenuti con consapevolezza

Modulo 4 | Creare contenuti per i social

Modulo 5 | Pubblicare e partecipare consapevolmente

Modulo 1

CAPIRE I SOCIAL MEDIA

Cosa sa fare il Candidato che si certifica con EIPASS Social Content

Il candidato certificato comprende come funzionano i social media e sa leggerli come sistemi, non come semplici insiemi di funzioni. Distingue le logiche d'uso di Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn, YouTube, X e Threads e sceglie lo spazio più adatto (profilo, pagina, gruppo o canale) in base alla funzione e al pubblico, gestendo in modo consapevole identità, account e presenza digitale. Sa come vengono costruiti feed e raccomandazioni, riconosce i segnali che influenzano la visibilità e interpreta correttamente metriche come visualizzazioni, copertura e impression, senza confondere viralità, popolarità e rilevanza. Comprende le dinamiche di interazione e community, dalla gestione del disaccordo alla prova sociale. Valuta infine come formato, durata, hashtag, metadati e trend incidano sulla circolazione di un contenuto, distinguendo i contenuti organici da quelli sponsorizzati o in partnership.

Contenuti del modulo

Capire l'ecosistema social

- Social media, social network e piattaforme
- Identità, account e presenza digitale
- Profilo, pagina, gruppo e canale
- Relazioni, reti e dinamiche di connessione
- Sette social network, sette logiche d'uso

Visibilità, feed e sistemi di raccomandazione

- Pubblico, privato e visibilità graduata
- Come viene costruito il feed
- Personalizzazione, raccomandazioni e bolle informative
- Attenzione, ranking e segnali di performance

Interazione, partecipazione e community

- Reazioni, commenti, condivisioni e conversazioni
- Community, norme e contesto
- Dinamiche di partecipazione e pressione sociale

Formati e circolazione dei contenuti

- Testo, immagine, audio, video e contenuti ibridi
- Durata, permanenza e contenuti effimeri
- Hashtag, tag, mention, link e contenuti promossi
- Ricerca, scoperta e metadati

1 | CAPIRE L'ECOSISTEMA SOCIAL

Riconoscere gli elementi comuni a tutti gli ambienti social e le differenze tra le principali piattaforme. Gestire identità, account e presenza digitale, scegliere lo spazio più adatto in base alla funzione e comprendere come le relazioni influenzano la circolazione dei contenuti.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
1.1	Social media, social network e piattaforme	1.1.1	Dalle reti sociali ai social network
		1.1.2	L'architettura di un ambiente social
		1.1.3	Convergenza e differenze tra piattaforme
1.2	Identità, account e presenza digitale	1.2.1	Account, credenziali e identità rappresentata
		1.2.2	Presenza digitale e tracce distribuite
		1.2.3	Coerenza, contesto e separazione dei ruoli
1.3	Profilo, pagina, gruppo e canale	1.3.1	Funzioni diverse, non semplici etichette
		1.3.2	Spazi aperti, chiusi e ibridi
		1.3.3	Scegliere lo spazio in base alla funzione
1.4	Relazioni, reti e dinamiche di connessione	1.4.1	Seguire, essere amici, iscriversi: relazioni che non sono uguali
		1.4.2	Legami forti, legami deboli e circolazione dei contenuti
		1.4.3	Rete visibile, rete reale e suggerimenti di connessione
1.5	Sette social network, sette logiche d'uso	1.5.1	Instagram
		1.5.2	TikTok
		1.5.3	Facebook
		1.5.4	LinkedIn
		1.5.5	YouTube
		1.5.6	X
		1.5.7	Threads

2 | VISIBILITÀ, FEED E SISTEMI DI RACCOMANDAZIONE

Comprendere come nasce la visibilità di un contenuto, come vengono costruiti feed e raccomandazioni e quali segnali li influenzano. Interpretare correttamente le principali metriche di esposizione e riconoscere gli effetti della personalizzazione.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
2.1	Pubblico, privato e visibilità graduata	2.1.1	Il pubblico previsto e il pubblico effettivo
		2.1.2	Visibilità delle persone e visibilità delle informazioni
		2.1.3	Contesto e perdita di controllo
2.2	Come viene costruito il feed	2.2.1	Dal contenuto disponibile al contenuto mostrato
		2.2.2	Segnali espliciti e impliciti
		2.2.3	Controllare il feed senza aspettarsi controllo totale
2.3	Personalizzazione, raccomandazioni e bolle informative	2.3.1	Raccomandazioni oltre la rete dei contatti
		2.3.2	Personalizzazione e bolle informative
		2.3.3	Viralità, popolarità e rilevanza
2.4	Attenzione, ranking e segnali di performance	2.4.1	Visualizzazioni, copertura e impression
		2.4.2	Cicli di feedback: quando la visibilità produce altra visibilità
		2.4.3	Recentezza, relazione e rilevanza: criteri che possono entrare in conflitto

3 | INTERAZIONE, PARTECIPAZIONE E COMMUNITY

Attribuire il giusto significato alle diverse forme di interazione, leggere le regole esplicite e le norme informali delle community, gestire disaccordi e conflitti e partecipare in modo consapevole, valutando anche quando non intervenire.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
3.1	Reazioni, commenti, condivisioni e conversazioni	3.1.1	Reazioni diverse, significati diversi
		3.1.2	Condivisione e ricontestualizzazione
		3.1.3	Conversazioni pubbliche e semi-pubbliche
3.2	Community, norme e contesto	3.2.1	Community diverse, regole diverse
		3.2.2	Conflitto, disaccordo e amplificazione
3.3	Dinamiche di partecipazione e pressione sociale	3.3.1	Prova sociale, numeri visibili e percezione del consenso
		3.3.2	Reciprocità, mention e notifiche: quando l'interazione crea aspettative
		3.3.3	Partecipare, osservare, non intervenire: il valore del silenzio digitale

4 | FORMATI E CIRCOLAZIONE DEI CONTENUTI

Scegliere il formato più adatto al messaggio e al contesto di fruizione, distinguere contenuti effimeri e permanenti, usare in modo consapevole hashtag, tag, mention e link, riconoscere i contenuti commerciali e comprendere il ruolo di ricerca, metadati e trend nella scoperta dei contenuti.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
4.1	Testo, immagine, audio, video e contenuti ibridi	4.1.1	Il formato cambia il modo di fruire il contenuto
		4.1.2	Multimodalità e ridondanza utile
		4.1.3	Formato, dispositivo e situazione d'uso
4.2	Durata, permanenza e contenuti effimeri	4.2.1	Storie e contenuti effimeri
		4.2.2	Archiviabilità, ricercabilità e reperibilità
		4.2.3	Aggiornamento, obsolescenza e contenuti fuori tempo
4.3	Hashtag, tag, mention, link e contenuti promossi	4.3.1	Hashtag, tag e mention: tre funzioni diverse
		4.3.2	Link, anteprime e passaggio tra contesti
		4.3.3	Contenuti organici, promossi e pubblicitari
4.4	Ricerca, scoperta e metadati	4.4.1	La ricerca cambia da piattaforma a piattaforma
		4.4.2	Testo, didascalie e metadati aiutano i contenuti a essere trovati
		4.4.3	Trend, audio, template e formati riconoscibili

Modulo 2

USARE CORRETTAMENTE PROFILI E PIATTAFORME

Cosa sa fare il Candidato che si certifica con EIPASS Social Content

Il candidato certificato sa mantenere nel tempo il pieno controllo degli account social, personali e di un'organizzazione. Configura correttamente dati di accesso e strumenti di recupero e garantisce la continuità dell'account anche quando cambiano referenti e collaboratori. Regola privacy, visibilità, commenti, messaggi, tag e notifiche in base ai propri obiettivi. Condivide l'accesso in modo sicuro, assegnando ruoli e permessi proporzionati al compito e gestendo i passaggi di consegne. Valuta con attenzione login social, app collegate e sincronizzazione dei contatti, e protegge l'account con password uniche, password manager, passkey, autenticazione a due fattori e controllo di dispositivi e sessioni. Riconosce phishing, impersonificazione e segnali di compromissione e sa come intervenire per recuperare l'accesso. Applica questi principi alle specificità delle singole piattaforme e mantiene gli account in ordine con revisioni periodiche.

Contenuti del modulo

Entrare e restare in controllo di un account

- Aprire un account è solo l'inizio
- Account personale e account di un'organizzazione
- Conservare il controllo nel tempo

Decidere i confini della propria presenza

- La privacy non è un interruttore
- Governare commenti, messaggi, tag e mention
- Notifiche, filtri e segnali da non perdere

Condividere l'accesso senza condividere tutto

- Password condivise e gestione collaborativa
- Organizzare ruoli e responsabilità
- Passaggi di consegne e continuità

Collegare servizi senza perdere il controllo

- Ecosistemi e login social
- App collegate e autorizzazioni
- Contatti sincronizzati e dati condivisi

Proteggere l'account prima che succeda qualcosa

- Password, password manager e passkey
- Autenticazione a due fattori e recupero
- Dispositivi e sessioni

Quando qualcosa non va

- Phishing e falsi avvisi
- Impersonificazione e account falsi
- Account compromesso: priorità e recupero

Le stesse esigenze, piattaforme diverse

- Instagram, Facebook e Threads: un ecosistema, controlli diversi
- TikTok e YouTube: creatività, distribuzione e controllo
- LinkedIn e X: identità pubblica, conversazione e sicurezza

Mantenere un account in ordine nel tempo

- Le impostazioni cambiano
- Una verifica periodica che abbia senso
- Account personali e organizzativi: responsabilità diverse

1 | ENTRARE E RESTARE IN CONTROLLO DI UN ACCOUNT

Considerare l'account come un sistema fatto di credenziali, contatti di recupero, dispositivi, ruoli e servizi collegati. Distinguere account personali e organizzativi e garantire che il controllo resti saldo anche quando cambiano persone e condizioni.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
1.1	Aprire un account è solo l'inizio	1.1.1	Registrazione, dati di accesso e informazioni di recupero
1.2	Account personale e account di un'organizzazione	1.2.1	Identità, gestione e recupero
		1.2.2	Quando l'account diventa una risorsa critica
1.3	Conservare il controllo nel tempo	1.3.1	Il referente cambia, l'account deve restare

2 | DECIDERE I CONFINI DELLA PROPRIA PRESENZA

Regolare la visibilità del profilo e dei singoli contenuti con i controlli disponibili, governare commenti, messaggi, tag e mention e gestire notifiche e filtri per non perdere i segnali importanti.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
2.1	La privacy non è un interruttore	2.1.1	Profilo pubblico, controlli granulari
		2.1.2	Visibilità del profilo e visibilità del singolo contenuto
		2.1.3	Vecchi contenuti e impostazioni dimenticate
2.2	Governare commenti, messaggi, tag e mention	2.2.1	Bloccare, silenziare, segnalare: gli strumenti di base
		2.2.2	Decidere chi può entrare nella conversazione
		2.2.3	Tag, mention e messaggi diretti: prima che diventino un problema
2.3	Notifiche, filtri e segnali da non perdere	2.3.1	Non tutte le notifiche hanno lo stesso peso
		2.3.2	Filtri automatici e notifiche di sicurezza

3 | CONDIVIDERE L'ACCESSO SENZA CONDIVIDERE TUTTO

Superare la condivisione delle password con strumenti di gestione collaborativa, organizzare ruoli e permessi proporzionati al compito e gestire i passaggi di consegne senza interrompere il servizio.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
3.1	Password condivise e gestione collaborativa	3.1.1	Una password condivisa non è un sistema di gestione
		3.1.2	Dal favore occasionale al lavoro di gruppo
		3.1.3	Collaboratori esterni e accessi temporanei
3.2	Organizzare ruoli e responsabilità	3.2.1	Chi decide, chi esegue, chi recupera e come si documenta
		3.2.2	Il principio del minimo privilegio: permessi proporzionati al compito
		3.2.3	Rivedere i permessi nel tempo
3.3	Passaggi di consegne e continuità	3.3.1	Preparare il passaggio prima dell'ultimo giorno
		3.3.2	Revocare senza interrompere il servizio, e conservare una via di emergenza

4 | COLLEGARE SERVIZI SENZA PERDERE IL CONTROLLO

Riconoscere le dipendenze create da ecosistemi e login social, valutare e revocare le autorizzazioni delle app collegate e gestire con consapevolezza la sincronizzazione di contatti e dati.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
4.1	Ecosistemi e login social	4.1.1	Quando più servizi condividono lo stesso account
		4.1.2	"Accedi con Google" o "Accedi con Facebook"
4.2	App collegate e autorizzazioni	4.2.1	Perché un'app chiede accesso, e con quale rischio
		4.2.2	Revocare ciò che non usi più
4.3	Contatti sincronizzati e dati condivisi	4.3.1	Perché i social chiedono la rubrica, e per quanto tempo
		4.3.2	Separare uso personale e uso organizzativo

5 | PROTEGGERE L'ACCOUNT PRIMA CHE SUCCEDA QUALCOSA

Proteggere l'accesso con password uniche, password manager e passkey, attivare l'autenticazione a due fattori con adeguati metodi di recupero e tenere sotto controllo dispositivi e sessioni attive.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
5.1	Password, password manager e passkey	5.1.1	Una password deve essere unica prima ancora che complessa
		5.1.2	Password manager e passkey: oltre la password memorizzata
5.2	Autenticazione a due fattori e recupero	5.2.1	Due fattori fanno lavori diversi
		5.2.2	Metodi diversi, e i codici di recupero come rete di sicurezza
5.3	Dispositivi e sessioni	5.3.1	L'account può essere aperto in più posti di quanto ricordi
		5.3.2	Quando disconnettere tutto

6 | QUANDO QUALCOSA NON VA

Riconoscere phishing, falsi avvisi e profili che imitano un account, intervenire con le giuste priorità in caso di compromissione e analizzarne le cause dopo il recupero.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
6.1	Phishing e falsi avvisi	6.1.1	"Il tuo account verrà sospeso"
		6.1.2	Verificare senza usare il link ricevuto
6.2	Autenticazione a due fattori e recupero	6.2.1	Copiare un profilo non significa averlo violato
		6.2.2	Documentare, segnalare, proteggere chi è coinvolto
6.3	Dispositivi e sessioni	6.3.1	I segnali da prendere sul serio, e le prime azioni in ordine
		6.3.2	Dopo il recupero: capire come è successo

7 | LE STESSE ESIGENZE, PIATTAFORME DIVERSE

Applicare i principi di controllo, sicurezza e gestione delle interazioni agli strumenti specifici di Instagram, Facebook, Threads, TikTok, YouTube, LinkedIn e X, in base all'uso personale o professionale dell'account.

Knowledge / Conoscenze		Skills / Capacità pratiche	
7.1	Instagram, Facebook e Threads: un ecosistema, controlli diversi	7.1.1	Un ecosistema condiviso non significa un'unica impostazione
		7.1.2	Instagram: adeguare la gestione alla crescita dell'account
		7.1.3	Facebook e Threads: comunità diverse, responsabilità diverse
7.2	TikTok e YouTube: creatività, distribuzione e controllo	7.2.1	TikTok: controllare ciò che altri possono fare con i tuoi contenuti
		7.2.2	YouTube: il canale è solo una parte dell'Account Google
		7.2.3	Pubblicazione e permanenza cambiano il rischio
7.3	LinkedIn e X: identità pubblica, conversazione e sicurezza	7.3.1	LinkedIn: essere reperibile senza esporre tutto
		7.3.2	X: conversazione pubblica e velocità di reazione
		7.3.3	Stessa identità, rischi diversi

8 | MANTENERE UN ACCOUNT IN ORDINE NEL TEMPO

Aggiornare la configurazione quando cambiano piattaforme, persone e dispositivi, svolgere revisioni periodiche essenziali e documentate e, per le organizzazioni, adottare un processo che non dipenda da una singola persona.

Knowledge / Conoscenze		Skills / Capacità pratiche	
8.1	Le impostazioni cambiano	8.1.1	Le piattaforme evolvono
		8.1.2	Cambiano le persone, i dispositivi e le abitudini
8.2	Una verifica periodica che abbia senso	8.2.1	Pochi controlli ad alto valore
		8.2.2	Quando fare la revisione, e come documentarla
8.3	Account personali e organizzativi: responsabilità diverse	8.3.1	Nel profilo personale la memoria può bastare, fino a un certo punto
		8.3.2	L'organizzazione deve affidarsi a un processo, non a una persona

Modulo 3

VALUTARE E CONDIVIDERE CONTENUTI CON CONSAPEVOLEZZA

Cosa sa fare il Candidato che si certifica con EIPASS Social Content

Il candidato certificato sa cercare, valutare e condividere contenuti in modo consapevole. Formula domande di ricerca precise e le sviluppa dentro e fuori dalle piattaforme, distinguendo fonti primarie, secondarie e aggregatori senza confondere popolarità e affidabilità. Valuta autore, data, scopo e interessi di una fonte, separa fatti, opinioni e promozione e legge correttamente numeri e grafici. Riconosce contenuti fuori contesto, immagini e video ritagliati o montati e contenuti generati con l'intelligenza artificiale, conoscendo i limiti degli strumenti di rilevazione e gli obblighi di trasparenza. Utilizza opere di terzi nel rispetto del diritto d'autore e delle licenze Creative Commons, tutela la privacy delle persone rappresentate, con particolare attenzione ai minori, e adotta una routine di verifica proporzionata al rischio. Decide infine se, cosa e come pubblicare partendo dallo scopo, adatta il contenuto alla piattaforma senza deformarne il senso e corregge gli errori in modo trasparente.

Contenuti del modulo

Cercare contenuti e informazioni nell'ambiente social

- Dalla domanda alla ricerca
- Comprendere i risultati della ricerca
- Cercare immagini, video, audio e citazioni

Valutare attendibilità, significato e contesto

- Leggere la fonte prima del contenuto
- Distinguere fatti, opinioni e promozione
- Leggere numeri, grafici e dati
- Riconoscere manipolazioni e contenuti fuori contesto

Verificare immagini, video e contenuti sintetici

- Immagini autentiche, modificate o riutilizzate
- Video, audio e frammenti che cambiano significato
- IA generativa, deepfake e limiti degli strumenti di rilevazione

Utilizzare correttamente contenuti e opere di terzi

- Pubblico non significa libero
- Licenze Creative Commons e attribuzione
- Condividere, incorporare, copiare e rielaborare
- Contenuti degli utenti, remix e materiali delle piattaforme

Persone, trasparenza e responsabilità della condivisione

- Immagini di persone, privacy e consenso
- Creare e utilizzare contenuti con l'intelligenza artificiale
- Decidere se condividere
- Costruire una routine di verifica sostenibile

Condividere con uno scopo: cosa pubblicare, come e perché

- Partire dallo scopo, non dal formato
- Scegliere l'azione di condivisione
- Adattare il contenuto al contesto della piattaforma
- Pubblicare aggiungendo valore e contesto
- Dopo la pubblicazione: osservare, correggere, aggiornare

1 | CERCARE CONTENUTI E INFORMAZIONI NELL'AMBIENTE SOCIAL

Formulare domande di ricerca precise, integrare la ricerca nelle piattaforme con quella su fonti esterne, interpretare correttamente i risultati e risalire all'origine di immagini, video, audio e citazioni.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
1.1	Dalla domanda alla ricerca	1.1.1	Definire ciò che stai cercando
		1.1.2	Cercare dentro e fuori dalle piattaforme
1.2	Comprendere i risultati della ricerca	1.2.1	Pertinenza, popolarità e affidabilità non sono sinonimi
		1.2.2	Risultati personalizzati e bolle informative
		1.2.3	Fonte primaria, fonte secondaria e aggregazione
1.3	Cercare immagini, video, audio e citazioni	1.3.1	La ricerca inversa delle immagini come punto di partenza
		1.3.2	Video e audio: cercare la versione completa
		1.3.3	Citazioni, screenshot e testi senza collegamento

2 | VALUTARE ATTENDIBILITÀ, SIGNIFICATO E CONTESTO

Valutare chi pubblica, quando e con quale scopo, distinguere fatti, opinioni e promozione, leggere correttamente numeri e grafici e riconoscere titoli ingannevoli e contenuti autentici usati fuori contesto.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
2.1	Leggere la fonte prima del contenuto	2.1.1	Autore, competenza e responsabilità editoriale
		2.1.2	Data, aggiornamento e validità
		2.1.3	Scopo, interesse e trasparenza
2.2	Distinguere fatti, opinioni e promozione	2.2.1	Che cosa rende verificabile un fatto
		2.2.2	Opinioni, interpretazioni e giudizi
		2.2.3	Pubblicità, branded content e promozione implicita
2.3	Leggere numeri, grafici e dati	2.3.1	Percentuali e valori assoluti
		2.3.2	Leggere grafici e scale
		2.3.3	Correlazione e causalità
2.4	Riconoscere manipolazioni e contenuti fuori contesto	2.4.1	Titoli ingannevoli e urgenza artificiale
		2.4.2	Contenuti autentici fuori contesto
		2.4.3	Confermare senza inseguire ogni dubbio

3 | VERIFICARE IMMAGINI, VIDEO E CONTENUTI SINTETICI

Ricostruire provenienza e contesto di immagini, video e audio, riconoscere ritagli, montaggi e modifiche che ne alterano il significato e valutare i contenuti generati con l'IA, conoscendo obblighi di trasparenza e limiti degli strumenti di rilevazione.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
3.1	Immagini autentiche, modificate o riutilizzate	3.1.1	L'immagine può essere vera e la didascalia falsa
		3.1.2	Ritaglio, filtri e modifiche che cambiano il significato
		3.1.3	Metadati e loro limiti
3.2	Video, audio e frammenti che cambiano significato	3.2.1	Taglio temporale e montaggio
		3.2.2	Audio estratto, doppiaggio e sincronizzazione
		3.2.3	Dirette, live e contenuti in tempo reale
3.3	IA generativa, deepfake e limiti degli strumenti di rilevazione	3.3.1	Contenuto sintetico non significa automaticamente falso
		3.3.2	Deepfake e obblighi di trasparenza
		3.3.3	Detector e indizi visivi: utili, ma non decisivi

4 | UTILIZZARE CORRETTAMENTE CONTENUTI E OPERE DI TERZI

Distinguere l'accesso a un contenuto dal diritto di riutilizzarlo, interpretare le licenze Creative Commons, attribuire correttamente le opere e usare in modo appropriato condivisione nativa, funzioni creative, contenuti degli utenti e librerie delle piattaforme.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
4.1	Pubblico non significa libero	4.1.1	Vedere, scaricare e riutilizzare sono azioni diverse
		4.1.2	Autore, titolare e diritti diversi nello stesso contenuto
		4.1.3	Eccezioni, citazione e prudenza
4.2	Licenze Creative Commons e attribuzione	4.2.1	Che cosa comunica una licenza, e come leggere BY/SA/NC/ND insieme
		4.2.2	Attribuire in modo utile
4.3	Condividere, incorporare, copiare e rielaborare	4.3.1	Condivisione nativa e ripubblicazione non sono la stessa cosa
		4.3.2	Remix, Duet, Stitch e funzioni creative della piattaforma
		4.3.3	Adattare senza tradire il significato
4.4	Contenuti degli utenti, remix e materiali delle piattaforme	4.4.1	User Generated Content: una menzione non trasferisce i diritti
		4.4.2	Musiche, GIF, sticker e librerie interne
		4.4.3	Screenshot, meme e contenuti che incorporano opere altrui

5 | PERSONE, TRASPARENZA E RESPONSABILITÀ DELLA CONDIVISIONE

Tutelare privacy e dignità delle persone rappresentate, con particolare attenzione ai minori, usare l'IA in modo verificato e trasparente, decidere se condividere e adottare una routine di verifica proporzionata al rischio.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
5.1	Immagini di persone, privacy e consenso	5.1.1	Essere presenti in una foto non significa aver accettato ogni pubblicazione
		5.1.2	Minori e tutela rafforzata
		5.1.3	Dati personali che compaiono senza volerlo
5.2	Creare e utilizzare contenuti con l'intelligenza artificiale	5.2.1	Verificare i contenuti generati prima di pubblicare
		5.2.2	Diritto d'autore e contributo umano
		5.2.3	Trasparenza sull'uso di IA
5.3	Decidere se condividere	5.3.1	Quattro domande prima della pubblicazione
		5.3.2	Quando aggiungere contesto invece di rinunciare
		5.3.3	La possibilità di correggere non annulla la prima condivisione
5.4	Costruire una routine di verifica sostenibile	5.4.1	Non tutti i contenuti richiedono lo stesso livello di controllo
		5.4.2	Conservare fonti, permessi e provenienza
		5.4.3	Una routine semplice prima di premere "pubblica"

6 | CONDIVIDERE CON UNO SCOPO: COSA PUBBLICARE, COME E PERCHÉ

Partire dallo scopo e dal pubblico, scegliere l'azione di condivisione più adatta, adattare il contenuto alla piattaforma senza deformarne il senso, aggiungere valore e contesto e gestire correzioni e aggiornamenti dopo la pubblicazione.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
6.1	Partire dallo scopo, non dal formato	6.1.1	Informare, spiegare, coinvolgere, orientare, documentare
		6.1.2	Scegliere cosa condividere in base al pubblico
6.2	Scegliere l'azione di condivisione	6.2.1	Ricondividere, citare o creare un nuovo contenuto
		6.2.2	Commentare può essere più utile che ripubblicare
		6.2.3	Commentare può essere più utile che ripubblicare

6.3	Adattare il contenuto al contesto della piattaforma	6.3.1	Lo stesso messaggio non deve essere copiato ovunque
		6.3.2	Usare le caratteristiche della piattaforma con uno scopo
		6.3.3	Evitare adattamenti che deformano il senso
6.4	Pubblicare aggiungendo valore e contesto	6.4.1	Una buona didascalia non ripete soltanto ciò che si vede
		6.4.2	Citare la fonte nel punto in cui serve
		6.4.3	Chiedere un'azione coerente con il contenuto
6.5	Dopo la pubblicazione: osservare, correggere, aggiornare	6.5.1	Pubblicare non chiude il lavoro
		6.5.2	Correggere in modo visibile quando serve
		6.5.3	Aggiornare i contenuti che restano utili nel tempo

Modulo 4

CREARE CONTENUTI PER I SOCIAL

Cosa sa fare il Candidato che si certifica con EIPASS Social Content

Il candidato certificato sa progettare e realizzare contenuti social efficaci, accessibili e coerenti, dalla prima idea alla versione pronta per la pubblicazione. Definisce scopo, pubblico e angolo prima di scegliere il formato e formula promesse che il contenuto è in grado di mantenere. Scrive testi leggibili, con aperture che orientano, una voce riconoscibile e caption, inviti all'azione e hashtag usati con uno scopo. Realizza immagini, grafiche e caroselli con una chiara gerarchia visiva e usa i template senza appiattire la comunicazione. Sceglie formato, durata e struttura dei video, cura audio e sottotitoli e rende i contenuti accessibili con testi alternativi, contrasto adeguato e linguaggio inclusivo. Adatta la stessa idea alle diverse piattaforme senza alterarne il nucleo, usa l'intelligenza artificiale come supporto mantenendo la responsabilità delle verifiche e conclude il lavoro con una revisione attenta a messaggio, dati, accessibilità e materiali finali.

Contenuti del modulo

Progettare il contenuto prima di crearlo

- Partire dallo scopo
- Capire per chi stai creando
- Trasformare un tema in un'idea precisa

Scrivere per essere capiti e ricordati

- Costruire un testo che si lascia leggere
- Scegliere voce e tono
- Caption, inviti all'azione e parole chiave

Creare immagini e grafiche che funzionano

- Dare una funzione agli elementi visivi
- Costruire caroselli e sequenze
- Coerenza visiva senza monotonia

Creare video e audio per i social

- Scegliere formato e inquadratura
- Dare una struttura al video
- Curare voce, suono e sottotitoli

Rendere i contenuti accessibili e inclusivi

- Descrivere immagini e contenuti visivi
- Colore, contrasto e leggibilità
- Accessibilità cognitiva e rappresentazione

Adattare la stessa idea alle diverse piattaforme

- Instagram e TikTok: visualità e ritmo
- Facebook e LinkedIn: contesto, comunità e professionalità
- YouTube, X e Threads: profondità e conversazione

Usare l'intelligenza artificiale nella creazione dei contenuti

- Dall'idea alla prima bozza
- Immagini, voci e video sintetici
- Mantenere responsabilità e qualità

Portare il contenuto dalla bozza alla versione pronta

- Fare una revisione che guarda al messaggio
- Riutilizzare materiali esistenti per creare nuovi contenuti
- Chiudere il contenuto prima della pubblicazione

1 | PROGETTARE IL CONTENUTO PRIMA DI CREARLO

Definire scopo, pubblico e idea centrale prima di scegliere il formato, attribuire a ogni contenuto un obiettivo principale e trasformare un tema ampio in un angolo preciso, con una promessa che il contenuto è in grado di mantenere.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
1.1	Partire dallo scopo	1.1.1	Uno scopo chiaro guida la scelta del formato
		1.1.2	Un contenuto, un obiettivo principale
1.2	Capire per chi stai creando	1.2.1	Il pubblico reale, non quello immaginato
		1.2.2	Contesto, aspettative e momento di fruizione
1.3	Trasformare un tema in un'idea precisa	1.3.1	Scegliere un angolo, non ripetere il tema
		1.3.2	La promessa del contenuto

2 | SCRIVERE PER ESSERE CAPITI E RICORDATI

Costruire testi social leggibili, con aperture che orientano e un ordine logico chiaro, mantenere una voce riconoscibile adattando il tono e usare caption, inviti all'azione, hashtag e parole chiave in modo coerente con lo scopo.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
2.1	Costruire un testo che si lascia leggere	2.1.1	Le prime righe devono orientare, non stupire a ogni costo
		2.1.2	Ordine, ritmo e blocchi di significato
2.2	Scegliere voce e tono	2.2.1	Essere riconoscibili senza recitare un personaggio
		2.2.2	Scrivere semplice senza diventare superficiali
2.3	Caption, inviti all'azione e parole chiave	2.3.1	La caption deve aggiungere, non duplicare
		2.3.2	Call to action, hashtag e parole chiave con uno scopo

3 | CREARE IMMAGINI E GRAFICHE CHE FUNZIONANO

Scegliere elementi visivi che sostengono il messaggio, dosare il testo nelle immagini, verificare diritti e licenze, costruire caroselli con una progressione chiara e garantire coerenza visiva con template flessibili.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
3.1	Dare una funzione agli elementi visivi	3.1.1	Un'immagine deve aiutare il messaggio
		3.1.2	Testo dentro le immagini: quanto e perché
		3.1.3	Verificare diritti, licenze e autorizzazioni
3.2	Costruire caroselli e sequenze	3.2.1	Una slide, una funzione
		3.2.2	Ritmo, anticipazione e continuità
3.3	Immagini	3.3.1	Colori, tipografia e gerarchia
		3.3.2	Template: accelerare senza rendere tutto uguale

4 | CREARE VIDEO E AUDIO PER I SOCIAL

Scegliere formato, inquadratura e durata in funzione del contenuto e della piattaforma, strutturare il video in apertura, sviluppo e chiusura, usare testi a schermo e immagini di supporto e curare audio e sottotitoli.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
4.1	Scegliere formato e inquadratura	4.1.1	Verticale, orizzontale e quadrato non sono equivalenti
		4.1.2	La durata è una conseguenza del contenuto
4.2	Dare una struttura al video	4.2.1	Apertura, sviluppo e chiusura
		4.2.2	Testi a schermo, b-roll e immagini di supporto
4.3	Curare voce, suono e sottotitoli	4.3.1	L'audio deve essere comprensibile prima di essere spettacolare
		4.3.2	Sottotitoli: accessibilità e comprensione

5 | RENDERE I CONTENUTI ACCESSIBILI E INCLUSIVI

Progettare l'accessibilità fin dall'inizio: descrivere i contenuti visivi con testi alternativi, garantire contrasto e leggibilità, rendere chiari i contenuti senza banalizzarli e usare linguaggio e immagini che non escludono.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
5.1	Descrivere immagini e contenuti visivi	5.1.1	Un buon testo alternativo descrive ciò che serve
		5.1.2	Immagini decorative e informazioni che non devono restare solo nel visual
5.2	Colore, contrasto e leggibilità	5.2.1	Il contrasto non è un dettaglio estetico
		5.2.2	Tipografia, maiuscole, emoji e hashtag
5.3	Accessibilità cognitiva e rappresentazione	5.3.1	Rendere chiaro senza banalizzare
		5.3.2	Linguaggio e immagini che non escludono inutilmente

6 | ADATTARE LA STESSA IDEA ALLE DIVERSE PIATTAFORME

Conservare fatti e messaggio centrale modificando ritmo, formato e quantità di contesto in base all'ambiente: visualità su Instagram e TikTok, comunità e professionalità su Facebook e LinkedIn, profondità e conversazione su YouTube, X e Threads.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
6.1	Instagram e TikTok: visualità e ritmo	6.1.1	La stessa informazione può avere due costruzioni diverse
		6.1.2	Reel, storie e video brevi hanno funzioni diverse
6.2	Facebook e LinkedIn: contesto, comunità e professionalità	6.2.1	Facebook: dare spazio alle informazioni utili alla comunità
		6.2.2	LinkedIn: competenza senza trasformare ogni post in un comunicato
6.3	YouTube, X e Threads: profondità e conversazione	6.3.1	YouTube: costruire contenuti che reggono una visione più lunga
		6.3.2	X e Threads: scrivere per la conversazione

7 | USARE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA CREAZIONE DEI CONTENUTI

Usare l'IA per ideazione, bozze, riscritture e visual fornendo contesto e vincoli adeguati, distinguere usi illustrativi e documentari dei contenuti sintetici, dichiararne l'uso quando necessario e mantenere la responsabilità delle verifiche.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
7.1	Dall'idea alla prima bozza	7.1.1	Dare all'IA contesto e vincoli utili
		7.1.2	Riscrivere, accorciare e generare varianti senza perdere il senso
7.2	Immagini, voci e video sintetici	7.2.1	Generare visual con uno scopo preciso
		7.2.2	Voci sintetiche, avatar e autenticità
7.3	Mantenere responsabilità e qualità	7.3.1	L'IA può aiutare a creare, non può assumersi la responsabilità
		7.3.2	Preservare voce, accessibilità e differenze tra piattaforme

8 | PORTARE IL CONTENUTO DALLA BOZZA ALLA VERSIONE PRONTA

Rivedere prima il messaggio e poi la forma, rileggere con gli occhi di chi incontra il contenuto per la prima volta, riutilizzare materiali esistenti in formati autonomi e chiudere il lavoro con file ordinati e un controllo finale su efficacia, accessibilità e coerenza.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
8.1	Fare una revisione che guarda al messaggio	8.1.1	Prima il contenuto, poi i dettagli formali
		8.1.2	Rileggere come utente, non come autore
8.2	Riutilizzare materiali esistenti per creare nuovi contenuti	8.2.1	Individuare ciò che può essere riutilizzato
		8.2.2	Rendere autonomo ogni nuovo contenuto
8.3	Chiudere il contenuto prima della pubblicazione	8.3.1	Preparare file, testi e informazioni in modo ordinato
		8.3.2	Il controllo finale: efficace, accessibile, coerente

Modulo 5

PUBBLICARE E PARTECIPARE CONSAPEVOLMENTE

Cosa sa fare il Candidato che si certifica con EIPASS Social Content

Il candidato certificato sa gestire la presenza social anche dopo la creazione dei contenuti, considerando la pubblicazione una scelta editoriale che prosegue nel tempo. Sceglie momento e contesto di uscita, verifica che informazioni e materiali siano aggiornati e approvati prima della pubblicazione, organizza frequenza e calendario in modo sostenibile e colloca ogni contenuto nello spazio più adatto di ciascuna piattaforma. Gestisce commenti e conversazioni distinguendo domande, critiche e provocazioni, modera senza cancellare il dissenso e trasforma le domande ricorrenti in nuovi contenuti. Corregge, aggiorna, archivia o elimina i contenuti con criteri trasparenti e mantiene ordinato il profilo. Legge le metriche in relazione allo scopo, confronta contenuti simili senza confondere correlazione e causa e traduce i risultati in decisioni editoriali, conservando una memoria che garantisce continuità anche quando cambiano persone, strumenti e piattaforme.

Contenuti del modulo

Dal contenuto pronto alla pubblicazione

- Pubblicare è una scelta editoriale
- Prima del clic su pubblica
- Il contenuto pubblicato ha una vita successiva

Organizzare tempi, frequenza e calendario

- Dare un ritmo alla pubblicazione
- Scegliere quando pubblicare
- Avere una visione d'insieme

Pubblicare nei diversi ambienti social

- Feed, storie, video e spazi di conversazione
- Adattare la pubblicazione senza rifare il contenuto da zero
- Profondità, ricerca e conversazione

Gestire commenti, risposte e conversazioni

- Non tutte le interazioni richiedono la stessa risposta
- Moderare senza cancellare il dissenso
- Le conversazioni producono informazioni editoriali
- Reputazione e percezione nel tempo

Aggiornare, correggere, archiviare o eliminare

- Quando il contenuto cambia dopo la pubblicazione
- Archiviare ed eliminare non sono la stessa cosa
- Contenuti fissati, raccolte e ordine del profilo

Leggere i risultati senza inseguire i numeri

- Le metriche dipendono dallo scopo
- Impersonificazione e account falsi
- Dati delle piattaforme e limiti di interpretazione

Trasformare i risultati in decisioni editoriali

- Capire cosa mantenere e cosa cambiare
- Imparare dalle differenze tra piattaforme
- Dalle singole decisioni a una linea editoriale

Costruire continuità e memoria editoriale

- Conservare ciò che serve
- Riutilizzare senza riciclare automaticamente
- La gestione come parte della qualità

1 | DAL CONTENUTO PRONTO ALLA PUBBLICAZIONE

Considerare la pubblicazione come una scelta editoriale: valutare momento, contesto e priorità, verificare a ridosso dell'uscita informazioni variabili e versione approvata e seguire il contenuto anche dopo la pubblicazione.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
1.1	Pubblicare è una scelta editoriale	1.1.1	Il momento in cui il contenuto entra nel contesto
		1.1.2	Pubblicare non significa “far uscire tutto”
1.2	Prima del clic su pubblica	1.2.1	Informazioni variabili, link e dettagli che possono cambiare
		1.2.2	Anteprima, accessibilità e coerenza dell'ultima versione
1.3	Il contenuto pubblicato ha una vita successiva	1.3.1	Commenti, modifiche e nuove informazioni
		1.3.2	Il ciclo editoriale continua

2 | ORGANIZZARE TEMPI, FREQUENZA E CALENDARIO

Definire un ritmo di pubblicazione sostenibile, scegliere il momento utile in base al pubblico e alla durata dell'utilità del contenuto e mantenere una visione d'insieme che eviti sovrapposizioni e vuoti.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
2.1	Dare un ritmo alla pubblicazione	2.1.1	Frequenza sostenibile e aspettative del pubblico
		2.1.2	Continuità senza riempire ogni spazio
2.2	Scegliere quando pubblicare	2.2.1	Orario “perfetto” e momento utile non sono la stessa cosa
		2.2.2	Urgenza, scadenza e durata dell'utilità
2.3	Avere una visione d'insieme	2.3.1	Vedere insieme ciò che stai per pubblicare

3 | PUBBLICARE NEI DIVERSI AMBIENTI SOCIAL

Scegliere lo spazio più adatto all'interno di ciascuna piattaforma, valutarne permanenza e reperibilità e adattare la pubblicazione alle logiche di Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn, YouTube, X e Threads senza rifare il contenuto da zero.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
3.1	Feed, storie, video e spazi di conversazione	3.1.1	La stessa piattaforma contiene ambienti diversi
		3.1.2	Permanenza, reperibilità e vita breve
3.2	Adattare la pubblicazione senza rifare il contenuto da zero	3.2.1	Instagram e TikTok: ritmo, copertina e primo contatto
		3.2.2	Facebook e LinkedIn: contesto e completezza utile
3.3	Profondità, ricerca e conversazione	3.3.1	YouTube: titolo, descrizione e continuità del canale
		3.3.2	X e Threads: pubblicare dentro una conversazione

4 | GESTIRE COMMENTI, RISPOSTE E CONVERSAZIONI

Distinguere i diversi tipi di interazione e rispondere in modo proporzionato, moderare senza cancellare il dissenso, usare le conversazioni come fonte di informazioni editoriali e costruire reputazione attraverso una partecipazione coerente.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
4.1	Non tutte le interazioni richiedono la stessa risposta	4.1.1	Domande, commenti, critiche e provocazioni
		4.1.2	Rispondere in pubblico o spostare la conversazione
4.2	Moderare senza cancellare il dissenso	4.2.1	Critica legittima e comportamento problematico
		4.2.2	Regole visibili e coerenza nel tempo
4.3	Le conversazioni producono informazioni editoriali	4.3.1	Domande ricorrenti e contenuti mancanti
		4.3.2	Quando una risposta diventa un nuovo contenuto
4.4	Reputazione e percezione nel tempo	4.4.1	La reputazione nasce dalla partecipazione, non da un punteggio
		4.4.2	La stessa reputazione non vale ovunque allo stesso modo

5 | AGGIORNARE, CORREGGERE, ARCHIVIARE O ELIMINARE

Correggere gli errori in modo trasparente, aggiornare le informazioni superate, scegliere tra archiviazione ed eliminazione in base alla funzione futura del contenuto e mantenere il profilo ordinato e coerente.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
5.1	Quando il contenuto cambia dopo la pubblicazione	5.1.1	Correggere un errore senza farlo sparire in silenzio
		5.1.2	Aggiornare informazioni diventate vecchie
5.2	Archiviare ed eliminare non sono la stessa cosa	5.2.1	Ridurre la visibilità mantenendo memoria
		5.2.2	Quando eliminare è la scelta corretta
5.3	Contenuti fissati, raccolte e ordine del profilo	5.3.1	Dare priorità alle informazioni che devono restare visibili
		5.3.2	Il profilo come insieme, non come somma di singoli post

6 | LEGGERE I RISULTATI SENZA INSEGUIRE I NUMERI

Interpretare le metriche in relazione allo scopo del contenuto, confrontare in modo sensato contenuti simili, distinguere correlazione e causa e usare gli analytics delle piattaforme come strumenti di orientamento, conoscendone limiti e definizioni.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
6.1	Le metriche dipendono dallo scopo	6.1.1	Visualizzazioni, copertura e impression non dicono la stessa cosa
		6.1.2	Interazioni visibili e azioni meno evidenti
6.2	Impersonificazione e account falsi	6.2.1	Contenuti simili, non numeri isolati
		6.2.2	Non confondere correlazione e causa
6.3	Dati delle piattaforme e limiti di interpretazione	6.3.1	Analytics come strumenti di orientamento
		6.3.2	Stime, definizioni e dati non perfettamente comparabili

7 | TRASFORMARE I RISULTATI IN DECISIONI EDITORIALI

Passare dal dato alla decisione formulando ipotesi e verificando un cambiamento alla volta, valutare ciascuna piattaforma con il proprio metro, giudicare i trend dai risultati utili allo scopo e trasformare le singole scelte in una linea editoriale condivisa.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
7.1	Capire cosa mantenere e cosa cambiare	7.1.1	Un risultato debole non richiede sempre un formato nuovo
		7.1.2	Dal dato all'ipotesi, dall'ipotesi alla prova
7.2	Imparare dalle differenze tra piattaforme	7.2.1	Lo stesso contenuto può avere risultati diversi per ragioni normali
		7.2.2	Seguire un trend con senso critico
7.3	Dalle singole decisioni a una linea editoriale	7.3.1	Una revisione periodica, non una reazione a ogni post
		7.3.2	Condividere e comunicare i cambiamenti

8 | COSTRUIRE CONTINUITÀ E MEMORIA EDITORIALE

Conservare in modo ordinato file, testi, versioni e correzioni, riutilizzare i contenuti dopo averne verificato la validità e considerare la gestione nel tempo parte integrante della qualità della presenza social.

Knowledge/Conoscenze		Skills/Capacità pratiche	
8.1	Conservare ciò che serve	8.1.1	File, testi e versioni pubblicate
		8.1.2	Registrare correzioni e aggiornamenti importanti
8.2	Riutilizzare senza riciclare automaticamente	8.2.1	Contenuti evergreen e contenuti scaduti
		8.2.2	Riprendere un tema quando il pubblico è cambiato
8.3	La gestione come parte della qualità	8.3.1	Una buona pubblicazione non finisce nel feed
		8.3.2	Continuità, responsabilità e capacità di cambiare