

**Stefano D'Agostino**

**9**

**ERRORI SU  
FACEBOOK**

**CHE TI FANNO PERDERE  
CONSENSO ELETTORALE**



[www.politicovincente.com](http://www.politicovincente.com)

# 9 ERRORI DA EVITARE

## Introduzione

1. Non avere una strategia e un piano editoriale.
2. Non rispondere ai commenti e ai messaggi.
3. Ignorare le critiche.
4. La “flame war”.
5. Usare un linguaggio negativo.
6. Postare troppo o troppo poco.
7. Non riadattare i contenuti ai diversi formati.
8. Acquisto di fan fasulli.
9. Ignorare le regole di web writing.

## Conclusioni

## 9 ERRORI DA EVITARE

Ciao e benvenuto, mi chiamo Stefano D'Agostino, sono un internet marketer, ho una discreta esperienza e una grande passione per la politica.

In questa semplice guida ho individuato e raccolto una serie di grossi errori che politici o candidati (alle prime armi o di esperienza) commettono su Facebook.

Difatti, analizzando centinaia e centinaia di pagine Facebook di politici italiani, ho scoperto nove errori fatali che potrebbero compromettere irrimediabilmente la loro **campagna di comunicazione politica online**.

Questi errori rendono meno efficace il loro **messaggio politico** e la loro **campagna elettorale**.

Ormai sempre più cittadini utilizzano la rete per informarsi sui fatti della politica, di riflesso quasi tutti i politici o le organizzazioni politiche sono presenti su Facebook e sui social.

Essere presenti su un social media però non significa saperlo usare, anzi, in molti casi, la presenza di un politico su Facebook risulta addirittura controproducente.

Per un politico è diventato davvero un problema gestire la comunicazione online e districarsi tra mille impegni, con il poco tempo a disposizione potrebbe essere davvero difficoltoso.

Ciò fa sì che, ad esempio, si faccia l'errore di abbandonare la pagina Facebook per molti giorni e poi apparire di colpo con un post. Niente di più sbagliato!

Secondo la mia esperienza, bisogna essere costanti nel postare, altrimenti si rischia di dare l'immagine di persona poco attiva e qualche fan potrebbe abbandonare la pagina.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Molti altri politici non riescono a sfruttare l'enorme potenziale dei social media perché non ascoltano, non interagiscono, credono di essere in televisione.

A volte si ovvia a questo problema affidandosi ad uno staff di comunicazione on line, ad un social media manager o a qualche costosa agenzia, ma questo non fa sì che siano indenni da figuracce.

Cito come esempio un caso rappresentativo per tutti, una vicenda emblematica, quella di Milano alle amministrative del 2011.

*Lo staff della Moratti impegnato su Twitter in piena campagna elettorale rispondeva ad un utente che voleva dare risalto all'automatismo delle risposte.*

*Il cittadino si fingeva interessato ai problemi dell'inesistente quartiere di "SUCATE" e di altrettanto inesistente moschea abusiva sita in "via Giandomenico Puppa".*

*L'addetto alla comunicazione ci cascava in pieno rispondendo tempestivamente e non lasciandosi sfiorare dal minimo dubbio, suscitando l'ilarità di tutto il web.*

Ho sempre avuto una passione smisurata per la politica, l'internet marketing e il social media marketing; per ciò ho sempre cercato di approfondire e unire queste specifiche aree d'interesse.

Così sono diventato un ricercatore instancabile ed entusiasta di queste materie, durante i miei studi ho scoperto cosa bisogna evitare per non compromettere una campagna di comunicazione politica online.

Ho voluto svelare questi passi falsi al fine di colmare il vuoto di cultura sull'utilizzo dei social allo scopo di **costruire** e

## 9 ERRORI DA EVITARE

**consolidare consenso elettorale**, ed è venuto fuori questo piccolo ebook in omaggio.

Ho deciso di rivelare questi errori a quei pochi come te che hanno una buona conoscenza della politica e sono persone attente e curiose alle nuove possibilità che si aprono quando essa incontra la rete.

Se stai per entrare in politica o hai un po' di esperienza ma devi fare il salto di qualità, oppure sei dentro da tanti anni e vuoi capire meglio i meccanismi della costruzione di consenso elettorale online, non puoi evitare di leggere questa miniguia.

Commettere gli errori di seguito elencati e analizzati ti farà dissipare quello che un politico come te non può assolutamente permettersi di perdere: il consenso e il voto dei cittadini.

Questa guida ti illuminerà sui passi falsi che è necessario evitare nella gestione della propria presenza sui social e su Facebook in particolare.

Ti servirà per acquisire consapevolezza sugli step da compiere per raggiungere i tuoi obiettivi politici in una campagna di comunicazione online.

Facebook è il primo social media in Italia e nel mondo per numero di utenti ed è la nuova agorà, una piazza virtuale in cui puoi confrontarti direttamente e immediatamente con i potenziali elettori; da ciò deriva la sua importanza per il politico o il candidato.

Importante! Resta sino alla fine di questo lavoro, perché solo così avrai cognizione delle mancanze da colmare per dare slancio alla tua attività politica online.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Prima di andare oltre però voglio fare una precisazione su una parola che ho usato spesso in questo ebook: “**contenuti**”.

Per contenuti si intendono i testi per il web che non siano semplicemente composti da parole, ma anche da link, da immagini e da video.

Content is king! Hai mai sentito o letto questo slogan? Esso sottolinea che i contenuti sono il cuore della comunicazione online.

D'altronde internet è nato con lo scopo preciso di condividere le informazioni, i contenuti per l'appunto.

Ma sul web funzionano solo i cosiddetti “**contenuti di qualità**”, cioè testi, link, immagini, video che contengono informazioni pertinenti, originali e utili rispetto alla ricerca condotta dall'utente.

Pertinenti in quanto soddisfano il loro bisogno informativo, originali in quanto danno informazioni che non trovano da altre parti e utili nel senso che aiutano a risolvere i loro problemi.

Ma ora basta! Ti auguro buona lettura e nel caso ti abbia fatto piacere ricevere questo piccolo lavoro, sarei felice se alla fine lasciassi un commento sulla mia pagina Facebook o mettessi un “mi piace”.

Approfitta della forza di Facebook ma non fare mai gli errori di seguito esposti. Ecco i nove errori killer nei quali io stesso mi sono imbattuto e ho faticato non poco per risolverli.

## 9 ERRORI DA EVITARE

### 1) Non avere una strategia e un piano editoriale.

Costruire la propria presenza sulla pagina Facebook senza avere impostato prima una corretta strategia è il primo e il peggior errore che possa commettere una persona che si occupi di politica.

Di conseguenza, evitarlo è il primo passo per non perdere consenso elettorale e superare gli errori raccolti in questa miniguia.

Ma cos'è una **strategia di comunicazione on line?**





## 9 ERRORI DA EVITARE

Per capirlo iniziamo col dire che per avere una corretta strategia di comunicazione on line abbiamo bisogno di 3 elementi:

- 1) un elemento centrale che faccia da **fulcro** della produzione di **contenuti** e dove tutti questi vengono raccolti;
- 2) un **canale** per mantenersi in contatto con i sostenitori, informarli e invitarli all'azione;
- 3) strumenti per estendere il **raggio d'azione** in modo da raggiungere i potenziali sostenitori.

Devo dire che la **pagina Facebook** ha le potenzialità per assolvere a tutti e tre questi compiti, purtroppo però ci si dimentica spesso di quali siano gli obiettivi che questo strumento ci deve aiutare a raggiungere.

Nella costruzione di una strategia dobbiamo considerare in *primis* una regola molto semplice ma troppo spesso ignorata: stabilire l'**obiettivo** che la nostra campagna o il nostro partito vuole raggiungere.

Può essere ad es.: la tua elezione, quella del candidato di partito, far approvare una legge, far passare una riforma, ottenere un referendum, ecc.

Seconda regola altrettanto importante è stabilire il **target** di persone che si vuole raggiungere. Sulla carta il target di un politico o candidato sono tutti gli elettori del proprio collegio di riferimento.



## 9 ERRORI DA EVITARE

Ma il profilo di un politico quasi mai sarà allettante per l'intero elettorato, quindi dovrai individuare alcuni micro-target specifici su cui puntare, facendo un'analisi a priori dei segmenti con i quali hai maggior probabilità di ottenere consenso.

Che tipo di elettore vuoi? Da chi sarà composto il tuo pubblico? Quali sono le loro preferenze? Che problemi hanno? Sono circoscritti ad un'area geografica? A quali categorie appartengono? Ad es. pensionati, lavoratori autonomi, dipendenti statali, disoccupati, studenti universitari, ecc.

Oggi con una piattaforma come Facebook è possibile profilare l'elettorato in maniera molto scrupolosa e si riesce ad individuare segmenti molto specifici.

Una volta stabilito l'obiettivo che vuoi raggiungere e individuati i micro-target su cui puntare, saranno poi questi due elementi a guidare l'azione.

Qualsiasi strategia sarà caratterizzata da 3 fasi principali, che sono quelle di qualsiasi campagna di comunicazione politica online.

1. Costruzione di un ampio gruppo di sostenitori, di persone che seguono la tua pagina.
2. Convertire i sostenitori in attivisti coinvolgendoli regolarmente con compiti precisi, ad es. chiedendo loro di condividere i tuoi contenuti.
3. Portare le persone a votare per te o per il tuo partito o candidato, il vero obiettivo finale.

## 9 ERRORI DA EVITARE

La campagna di comunicazione online sarà molto più efficace se verrà impostata una strategia a priori.

Ma non esiste strategia senza un piano di lavoro, un documento di pianificazione che serva alla **gestione** delle attività quotidiane sui social o sul web in generale.

Essenziale è avere uno strumento guida, un progetto che sia utile al **coordinamento** e alla **gestione** di una campagna di comunicazione politica online.

Programmare una strategia di comunicazione su Facebook, definendo titoli, temi da trattare, orari di pubblicazione ecc., è fondamentale per non trovarsi a corto di idee ed essenziale per la produzione di **contenuti di qualità**.

Il cosiddetto **piano editoriale** sarà necessario per organizzare il lavoro e delineare l'attività di comunicazione da seguire, così facendo eviterai di rimanere bloccato senza contenuti da pubblicare.

Quante volte sei rimasto fermo per giorni senza sapere cosa scrivere? Quante volte non sapevi cosa postare?

Per cui risulta molto utile farsi guidare da un progetto e pianificare i contenuti da pubblicare, quali temi trattare, come e con quale frequenza.

Stilare un insieme di linee guida che aiutino nella gestione delle attività quotidiane è di fondamentale importanza, determinante sia per chi voglia avere un contatto diretto e continuo con i propri elettori, sia per chi voglia consentire la partecipazione dei suoi potenziali elettori commentando, condividendo e intervenendo.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Il **piano editoriale** è il documento che ha lo scopo di descrivere e pianificare la strategia sui canali sociali ed è uno strumento flessibile, tutt'altro che rigido.

Va bene una qualsiasi agenda in formato cartaceo dove impostare il tuo progetto di **comunicazione politica on line**, una compagna utilissima di viaggio.

Ti servirà in due modi:

1. Mettere nero su bianco i tuoi obiettivi, scrivere e stabilire il target, stilare la lista dei temi da trattare e calendarizzarli, decidere quando pubblicare i contenuti da distribuire in modo omogeneo e strategico;
2. Riflettere su quello che hai già pubblicato e verificare se ciò che hai scritto è stato utile.

In alternativa all'agenda cartacea puoi usare Excel, magari con più fogli: uno con un bel prospetto annuale, i fogli mese per mese con il planning giornaliero e un altro con la pianificazione delle campagne.

Puoi usare anche un software su cloud come **PostPickr**: un tool di social media management molto efficiente, in italiano e puoi provarlo anche gratis.

## 9 ERRORI DA EVITARE

### 2) Non rispondere ai commenti e ai messaggi

Gli utenti di un social network interagiscono per definizione, per quale motivo non dobbiamo replicare ai commenti?

Perché ignorare la casella dei messaggi e tralasciare di guardare se qualcuno ti ha inviato una richiesta di chiarimento?

Perché non rispondere a una richiesta di approfondimento su un tema o qualsiasi altra informazione riguardo la tua attività politica?

Ad una richiesta di replica o precisazione va assolutamente risposto, fa parte del gioco, sui social la parola d'ordine è **interazione!**

Interagire è essenziale per costruire una relazione con i potenziali sostenitori o elettori, un legame di fiducia, un rapporto di reciproco scambio ed evitare di perdere il seguito che già ti sei guadagnato.

Come per mantenere una buona amicizia offline è richiesto tempo e attenzione, lo stesso vale per Facebook, il compito è impegnativo ma è così non possiamo farci nulla!

Una pagina dove non si ascoltano le conversazioni, dove non si risponde alle domande è inutile e controproducente per un politico, soprattutto se alle prime armi o poco conosciuto.

Invece usando lo spazio di un social media per interagire con le persone, rispondendo ai commenti e ai messaggi, è possibile ottenere la stima e il rispetto della comunità di tuo riferimento.

## 9 ERRORI DA EVITARE

In questo modo potrai inoltre guadagnare anche l'ammirazione di persone che in partenza erano state critiche nei tuoi confronti.

*Non è un caso che Facebook assegni il badge di “**elevata reattività ai messaggi**” indicando alle persone quali pagine rispondono velocemente e costantemente ai messaggi privati.*

Quindi è fondamentale rispondere ai messaggi che si ricevono, ma secondo alcuni studi più del 70 % dei politici non lo fa e non solo in Italia.

Cito come esempio una ricerca di **Cristian Vaccari (2012)** che sottolinea come questa sia una caratteristica non solo italiana, lo studio riguarda infatti ben sette paesi: Stati Uniti, Spagna, Gran Bretagna, Germania, Francia, Australia e Italia.

Non rispondere alle domande, ai commenti o ai messaggi sui social media equivale a usare il web come se parlassi in televisione.

Guardandoti in tv l'altro non può partecipare, non può interagire, in questo modo non c'è il confronto con il cittadino.

Invece ascoltando i bisogni del singolo cittadino, rispondendo alle sue domande, interagendo con trasparenza e serietà si può creare una relazione di fiducia e guadagnare anche il suo consenso.

## 9 ERRORI DA EVITARE

### 3) Ignorare le critiche

Altro errore da evitare è non rispondere ai commenti critici e negativi, a volte anche aspri, che arrivano sulla tua pagina Facebook e in generale nelle conversazioni online.

È risaputo che sui social è molto più facile ricevere un commento negativo piuttosto che uno positivo, c'è spesso una tendenza alla critica immediata; questo succede forse perché la gente non tiene conto o non capisce che dall'altra parte c'è una persona con i suoi sentimenti.

In ogni caso se fai attività politica a un qualsiasi livello, con un posizionamento particolare specialmente riguardo ad alcune tematiche, saprai che la critica fa sempre parte del gioco e in alcuni casi è anche cercata.

Quindi può capitare a tutti un commento critico su un punto debole (ognuno ne ha), su una situazione in cui ti sei trovato, un punto non chiarito del programma elettorale, inchieste in cui è coinvolto un collaboratore, un parente ecc.

Quando succede non cadere nella tentazione di **ignorare il dissenso**, oppure, peggio ancora passare agli atti legali o rispondere violentemente.

Non trasgredire la regola più importante della comunicazione online, cioè mettersi nei panni dell'altra persona, ricordati che la critica e il dissenso sono l'espressione di un'opinione e quindi vanno rispettate.

Non puoi pretendere di eliminare il dissenso!

Rimuovi i commenti solo se si tratta di affermazioni offensive e violente, negli altri casi alle critiche è bene rispondere perché permettono di dare la propria opinione e di dare il proprio

## 9 ERRORI DA EVITARE

parere su una tematica che magari susciti perplessità in tante persone.

Abbandonare una polemica al proprio destino potrebbe farla crescere a dismisura, coinvolgere un numero sempre crescente di cittadini e di fatto causare una perdita di consenso notevole.

Mettiti nei panni della persona che ha posto quel commento critico o di tutti quelli che hanno lo stesso dubbio, se lo cancelli o non rispondi di sicuro rimarranno fermi nel loro scetticismo; penseranno di sicuro che se uno non risponde ha davvero torto.

Rispondere invece ti darà l'occasione di esporre il tuo punto di vista e di convincere quella persona, inoltre rafforzerai l'immagine di persona che ascolta e che è attenta e rispettosa degli altri.

Gestire bene un commento critico porta valore alla conversazione e permette di dare la propria opinione su un tema che suscita perplessità in tanti, non solo in chi lo ha espresso.

I commenti offensivi, minacciosi e insensati, invece andrebbero benissimo cancellati, proprio per questo sarebbe bene pubblicare e fare riferimento ad una **social media policy**.

In questa "netiquette" verranno specificate l'insieme delle regole di comportamento da tenere sulla tua pagina Facebook.

Queste regole saranno decise da te, perché sei a casa tua e a casa propria ognuno specifica quali comportamenti sono ammessi e quali no, ti pare?



## 9 ERRORI DA EVITARE

La **Facebook policy** non è obbligatoria, ma consigliabile pubblicarla. Spesso viene tralasciata dai politici italiani, serve a fare in modo che i membri della tua community sappiano cosa ci si aspetta da loro e non abbiano a lamentarsi se vengono bannati per comportamenti scorretti.

---

## 9 ERRORI DA EVITARE

### 4) BOTTA E RISPOSTA

Durante l'attività di diffusione del tuo messaggio politico sui social potrebbe arrivare un messaggio o commento deliberatamente ostile, opprimente o provocatorio.

In questo caso dovresti stare molto attento a non contrapposti in modo aggressivo perché verresti coinvolto nel classico botta e risposta, controproducente ai fini della tua campagna o immagine.



Paragonabile ad una rissa virtuale, il classico botta e risposta potrebbe portare a risultati negativi sulla tua reputazione.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Di fatto conviene prevenire e non lasciarsi mai coinvolgere in quella che in gergo gli anglosassoni chiamano “**flame war**” e lo scambio di insulti che spesso ne consegue.

Fai attenzione perché il “**flaming**” è uno degli strumenti che utilizzano i troll per attirare l’attenzione su di sé, con l’obiettivo di disturbare la comunicazione della community e fomentare gli animi.

**Il troll** nel linguaggio della rete è una persona che si inserisce nelle conversazioni con messaggi fuori tema, senza senso, provocatori o irritanti.

Alla luce di queste considerazioni ricordati sempre e comunque che quello che accade su Facebook è di pubblico dominio.

L’interazione online già di per sé genera spesso equivoci perché basata in maggioranza dei casi su testo scritto ove non abbiamo il linguaggio del corpo o il tono della voce che veicolano per gran parte il senso del messaggio.

Invece l’efficacia di un messaggio e il modo in cui viene percepito è molto influenzato dai fattori di **comunicazione non verbale**.

Se adoterai uno **stile di comunicazione pacato** eviterai la contrapposizione aggressiva che è deleteria per la tua immagine, eviterai i fraintendimenti e potrai gestire situazioni critiche nel migliore dei modi.

## 9 ERRORI DA EVITARE

### 5) USARE UN LINGUAGGIO NEGATIVO

Inizio questo capitolo con un semplice esercizio mentale: <<Cerca di non pensare ad un elefante, fai qualunque cosa ma non pensare ad un elefante! >> Non ci riesci, vero?

Questo accade perché il cervello umano non può rappresentare direttamente un concetto negativo.

Ciò comporta che all'arrivo di un commento negativo nei tuoi confronti in cui ti accusano ad esempio di essere un "imbroglione", non dovresti mai rispondere: <<No, non sono un imbroglione!>>.

Se lo dici, i tuoi interlocutori o il tuo pubblico penseranno inevitabilmente che tu sia un imbroglione.

Questo succede perché la mente umana non conosce la negazione e ragiona solo in termini positivi; nominare qualcosa anche solo per respingerla evoca nella mente dell'ascoltatore proprio quella cosa.

Il linguista e scienziato cognitivo **George Lakoff** nel suo best seller "**Non pensare all'elefante**", cita un caso emblematico quello del Presidente americano Nixon.

(Cerca su Youtube: Conferenza Nixon dopo caso Watergate)

Dopo lo scandalo watergate, Nixon in una dichiarazione pubblica in tv per rispondere alle varie richieste di dimissioni dichiarava:

<< non ho mai tratto profitto dall'amministrazione pubblica>>;

<< non ho mai ostacolato la giustizia >>;

<< io non sono un disonesto >>.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Secondo te come risultato cosa ottenne?

Tutti pensarono che lo fosse e che avesse messo in pratica tutte le cose che aveva negato. Difatti Nixon è stato l'unico presidente americano a doversi dimettere.

Morale della favola: quando discutiamo con i nostri avversari politici mai usare il loro linguaggio.

Rispondi usando un linguaggio positivo, anche nella comunicazione politica online e soprattutto sulla tua pagina Facebook, conviene sempre!

## 9 ERRORI DA EVITARE

### 6) POSTARE TROPPO O TROPPO POCO

Tra le domande che mi arrivano più spesso per email e che mi vengono rivolte da amici, da politici o da follower ci sono:

<< Stefano quando dovrei pubblicare? A che ora e in quale giorno della settimana? Ma soprattutto quanto dovrei postare sulla mia pagina Facebook?>>.

Io rispondo che di sicuro non puoi latitare per giorni e giorni per poi farti vivo di colpo con dei post, non puoi trascurare la tua pagina o il tuo profilo.

Viceversa, non puoi nemmeno fare l'errore di invadere di post le bacheche dei fan o degli amici credendo che ciò aumenterà il consenso, nulla di più sbagliato!

Ciò li renderà meno efficaci perché le persone vi presteranno minore attenzione, presto cadrai nella banalità, dopo un po' sperimenterai una diminuzione dell'interazione o peggio i tuoi post verranno ignorati in automatico.

Visto la sovraesposizione di informazioni a cui siamo esposti oggi, l'attenzione risulta essere un bene primario difficile da ottenere, per cui bisogna evitare di far cadere nell'esasperazione chi segue la tua pagina, che tolgano il like o di perdere la loro amicizia.

Ma allora come puoi fare, in che modo? La mia proposta è di postare con un ritmo moderato. La soluzione tra chi posta troppo e chi troppo poco è postare i contenuti in maniera equilibrata (in medio stat virtus). 😊

In questo senso può venirti in aiuto il costruire un proprio piano editoriale, un piano di lavoro, una linea guida su quanto

## 9 ERRORI DA EVITARE

pubblicare e con quale frequenza; poi non ti resta che tener fede a questo piano nella frenesia dell'attività quotidiana.

Io adotto una regola generale: **meno contenuti e maggiore qualità**, secondo me meglio puntare su meno post ma sempre con ottimi contenuti, interessanti e utili per i tuoi potenziali elettori, eviterai tra l'altro di perdere del tempo prezioso.

Se proprio vogliamo quantificare puoi postare una volta al giorno o molto di più, magari un post due o tre volte a settimana; anche uno solo a settimana va bene, purché siano post con contenuti di qualità, rilevanti e coinvolgenti per chi ti segue.

Ovviamente ci saranno periodi dove dovrai spingere un po' di più che in altri, ad es. in campagna elettorale o in momenti cruciali della tua attività politica.

L'orario e il giorno in cui si pubblica saranno sempre di secondaria importanza rispetto alla qualità e pertinenza di ciò che posti.

**Pubblicare regolarmente con un ritmo costante e postando contenuti di qualità**, questa sembra essere la formula per instaurare una comunicazione costruttiva, basata sulla fiducia reciproca con i tuoi potenziali elettori. Quindi niente banalità o post tanto per fare!



## 9 ERRORI DA EVITARE

### 7) NON RIADATTARE I CONTENUTI AI DIVERSI FORMATI

Spesso ci rendiamo conto che è molto difficile ottenere condivisioni o “mi piace” ai **contenuti** che pubblichiamo sulla piattaforma.

Ancora più difficile è produrre **contenuti di qualità** che creino grande partecipazione, consenso e che la gente consideri utile, siano essi: video, aggiornamenti testuali, infografiche ecc.

Per questo motivo non cadere nell'errore di prendere e replicare semplicemente su Facebook contenuti pubblicati precedentemente su altri media.

Mi riferisco a interviste su quotidiani o partecipazioni in tv che vengono spiattellate sui social senza aver valorizzato prima il contenuto per il nuovo formato.

*Faccio un esempio: molti politici scannerizzano un loro articolo uscito su un giornale e lo pubblicano su Facebook; questo non è il modo migliore per dare visibilità a contenuti e idee importanti.*

*Peggio ancora ne fanno una foto o ne mettono il pdf, quando per valorizzare al meglio questi contenuti occorre adattarli al nuovo formato.*

Il primo problema tecnico è che i testi diventano **illeggibili**, infatti, dopo aver ridimensionato l'articolo i caratteri diventano troppo piccoli.

Anche quando è leggibile il testo spesso viene ignorato dal lettore producendo scarsa interazione, nessun like, nessun commento, nessuna condivisione.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Il secondo problema nasce dalla diversa natura della **lettura sul web** da quella su carta stampata.

La lettura sul web è molto più rapida e solo in pochi leggerebbero un lungo articolo postato su Facebook.

Mi spiego meglio! Siccome leggere online è più lento e faticoso della lettura su supporto cartaceo, i nostri occhi scorrono velocemente la pagina web in cerca di quello che più ci interessa.

Diverse ricerche supportano e confermano che si cercano rapidamente degli appigli visivi che ci possano dare informazioni sui contenuti in essa presenti, cosicché un lungo articolo verrebbe difficilmente letto tutto.

Per cui non riadattando l'articolo di giornale al diverso formato su Facebook, la tua bella intervista e il messaggio politico che essa dovrebbe veicolare, correranno il rischio di rimanere confinati ai lettori del quotidiano.

Questa situazione sarebbe negativa per un aspirante politico, un candidato alle elezioni o un politico affermato; perché la piattaforma dovrebbe essere uno strumento atto a diffondere il proprio messaggio politico il più ampiamente possibile.

Per questo è necessario aumentare il numero di persone che accede alle tue idee, adattando i contenuti al singolo canale e renderli fruibili nella maniera più efficace ad un pubblico più vasto.

Ripensare e riadattare i contenuti prodotti sui media tradizionali, valorizzandoli per il nuovo formato dello specifico strumento di comunicazione che stiamo usando (blog, sito, Facebook o email) dovrebbe essere la prassi ma quasi mai viene fatto.

## 9 ERRORI DA EVITARE

### 8) ACQUISTO DI FAN FASULLI

Le cose più importanti all'interno di un social media come Facebook sono: trovare persone interessate al tuo messaggio politico, costruire un ampio seguito, convertire questi fan in attivisti e portarli al voto.

L'aumento del numero degli iscritti ad una pagina Facebook non è di per sé un obiettivo, poi se fatto con escamotage, con artifici, può esporti ad attacchi da parte del pubblico a cui ti riferisci.

Spiego meglio la situazione! Alcune aziende in cambio di qualche favore, servizio o pagamento, creano gruppi di persone disposte a mettere “**mi piace**” sulle pagine suggerite.

Tutto legale per carità! Coloro che metteranno i like non faranno commenti strani o negativi ai tuoi articoli ma di sicuro non saranno tuoi sostenitori da convertire in attivisti o da portare al voto.

Oltre a queste aziende ce ne sono altre che procurano i “mi piace” con lo strumento del **Like Jacking**, una tecnica informatica fraudolenta. I malcapitati che incappano in questa tecnica sono inconsapevolmente spinti a mettere dei like a fan page sconosciute.

Funziona in questo modo: mentre stai visitando un sito web ti appare una pubblicità che ti dice: << guarda il nuovo video >>, ci clicchi sopra e finisci in una pagina dove c'è scritto: << se vuoi vedere il video clicca qui >>, magari poi ti fanno cliccare in quattro o cinque posti diversi.

Il risultato è che senza accorgertene hai dato mi piace a fan page sconosciute. Una persona ingannata con questo

## 9 ERRORI DA EVITARE

strumento una volta divenuto fan inconsapevole della tua pagina potrebbe commentare negativamente i tuoi post nel momento degli aggiornamenti.

Altra tecnica non proprio regolare di gestione social è la creazione di **profili fake** (identità online finte) che vengono utilizzate per far crescere il proprio seguito; la relativa compravendita è molto fiorente.

Il principio che sottende la tendenza a comprare fan fasulli e profili falsi è quello della **riprova sociale**, questo meccanismo psicologico fa sì che le persone tendano a ritenere maggiormente validi i comportamenti e le scelte effettuate da un elevato numero di gente.

Secondo questo principio descritto dallo psicologo statunitense **Robert Cialdini**, le persone tendono a riflettere le azioni altrui nel tentativo di assumere il comportamento corretto in una determinata situazione.

Perciò saremo portati a mettere mi piace e a seguire quelle pagine già con un considerevole numero di like e quindi più seguite.

Il rovescio della medaglia è che un utente di Facebook lo nota subito se hai migliaia di fan ma nessuno interagisce con i tuoi post, questa discrepanza porta la persona ad insospettirsi.

La riprova sociale funziona molto bene solo se i fan sono reali.

La cosa importante sui social è trovare persone interessate a quello che fai e l'unico motivo per cui dovresti volere grossi numeri sulla tua fan page sarebbe quello di attirare la loro attenzione.

Una volta scoperto che sulla tua fan page vengono utilizzate queste tecniche, cosa penseranno i tuoi veri sostenitori?

## 9 ERRORI DA EVITARE

Se sei disposto a mentire su quanti amici hai, su cosa non sarai disposto a mentire?

Se sei disposto ad acquistare fan per aumentare la tua popolarità, cosa non sarai disposto ad acquistare?

Stai per entrare in politica o già svolgi attività politica quindi dovresti ben sapere di questi tempi cosa ne pensa la gente dei politici, sarebbe bene non alimentare questi pregiudizi.

Le tecniche sopra descritte di crescita rapida e per così dire “dopata” della pagina, apparentemente efficaci, sono nel lungo periodo deleterie e altamente controproducenti.

Quindi la domanda che ti pongo è: vale la pena spendere soldi per comprare fan fasulli e poi veder compromesso tutto il lavoro finora effettuato? Se vieni scoperto è finita!

Secondo il mio parere i fan è molto meglio meritarseli scrivendo post coinvolgenti e interessanti.

Crearsi un pubblico di persone non profilate, quindi non in target, le quali non interagiranno mai con la pagina è un suicidio.

In quanto non interessati ai contenuti in essa pubblicati, questi fan porteranno ad un risultato negativo e deleterio in termini di visibilità e portata organica che andremo a generare sulla pagina.

Per **portata organica o copertura organica** si intende il numero degli utenti che mediamente raggiunge un post non a pagamento su Facebook.

Non penserai mica che basti postare un contenuto e tutti i fan della pagina vengano raggiunti? Tutt'altro!

## 9 ERRORI DA EVITARE

Solo una piccola percentuale di essi verrà raggiunta in base a dei calcoli che farà l'**algoritmo** di Facebook. Inoltre col passare degli anni (dal 2012 in poi) per varie ragioni la portata organica è andata via via scemando.

Per questo se lo fai smetti subito di comprare e di invitare persone non in target a diventare fan della tua pagina; in quanto influenzano negativamente la portata organica già di per sé in diminuzione.

Molto meglio una base fan meno numerosa, ma di qualità e realmente interessata a ciò che abbiamo da dire che porterà ad un incremento della portata organica; piuttosto che una costruita per buona parte da fan fasulli, profili fake o da pubblico non in target.

# 9 ERRORI DA EVITARE

## 9) IGNORARE LE REGOLE DI WEB WRITING

Cos'è il web writing? È la disciplina che si occupa specificatamente di come scrivere sul web e il suo compito è quello di agevolare il più possibile la lettura.



Enormi differenze esistono tra la scrittura sul web e quella su carta, se decidessi di ignorarle e scrivere sul web così come scrivi su carta, faresti un errore madornale.

Già nel lontano 1999 **Jakob Nielsen**, famosissimo informatico danese, guru della web usability, spiegava che la lettura sullo



## 9 ERRORI DA EVITARE

schermo del computer è del 25% più **lenta** rispetto alla lettura su carta.

Nel suo best seller del 1999 “Web Usability” egli sosteneva la tesi che per trasferire un testo scritto su carta al web, bisognasse accorciarlo come minimo della metà, in quanto sul web si legge più lentamente e faticosamente.

Molte altre ricerche dimostrano che la lettura su schermo è più **faticosa** del 20% rispetto alla lettura tradizionale su supporto cartaceo; uno dei motivi è che la carta è un materiale che riflette la luce mentre lo schermo emette la stessa affaticando gli occhi dell'utente.

La lettura sul web ha quindi questi due svantaggi: è più lenta e più faticosa, è davvero altra cosa dalla lettura su carta.

Per questo motivo, quando ci avviciniamo a una pagina web i nostri occhi scorrono velocemente la pagina alla ricerca di “appigli visivi”, che ci possano dare le informazioni sui contenuti in essa presenti.

In altre parole, non leggiamo riga per riga da sinistra a destra e dall'alto verso il basso, ma fissiamo lo sguardo saltellando da una parte all'altra della pagina alla ricerca di quello che più ci interessa.

La lettura sul web quindi è soprattutto **esplorazione**, si scorre la pagina con una specie di lettura a zig zag cercando rapidamente quello che attrae con l'obiettivo di non affaticare gli occhi inutilmente.

È evidente che quando si scrivono contenuti per il web dobbiamo tenere a mente le indicazioni di queste ricerche.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Alla luce di questa premessa possiamo affermare che nella **scrittura online** è meglio adottare alcuni accorgimenti e regole che sono diverse da quelle su carta.

Scrivi contenuti online rispettando le regole del **web writing**, altrimenti sperimenterai la frustrazione del mancato raggiungimento dei tuoi obiettivi di comunicazione politica online. Eccone alcune di seguito.

Mettiti nei panni dei tuoi lettori per avere una scrittura più targettizzata, sii sempre veritiero, vai subito al nocciolo della questione ed evita di lasciare il concetto chiave per ultimo.

Evita come la peste di scrivere blocchi di testo lunghi e senza intervalli incappando nel cosiddetto “**muro di testo**” che potrebbe spaventare il lettore.

Evita il linguaggio forbito, non usare un linguaggio troppo tecnico e burocratico o il politichese, ma sono d'obbligo la semplicità e la concretezza.

Se hai nozioni di **web writing** puoi scrivere contenuti efficaci anche sui social media come Facebook.

Capita frequentemente di vedere dei post, degli aggiornamenti testuali lunghissimi, dei veri e propri monologhi su Facebook i quali verranno letti solo da una manciata di persone.

Ritengo innanzitutto che un post scritto, cioè uno **status**, debba essere composto al massimo da tre paragrafi brevi e intervallati da doppio a capo.

Lascia lo spazio tra un paragrafo e un altro in modo che si possa alleggerire la lettura all'utente.

Presenta le informazioni in maniera veloce, precisa e sintetica.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Rimani al massimo tra i 50 e i 100 caratteri e fai in modo da invogliare chi legge a seguire il link al tuo sito/blog, oppure ad un giornale online o altro posto, dove potranno approfondire e fare la lettura completa.

In quest'ultimo capitolo abbiamo visto cos'è la **web writing**, la differenza tra lettura su carta e lettura sul web e alcuni consigli da mettere in pratica per una trasmissione efficace del tuo messaggio online.

Lo scopo era farti aprire gli occhi su un nuovo sistema di regole che inevitabilmente dobbiamo seguire quando ci avviciniamo a scrivere sul web, spero di esserci riuscito!

Quando presenti il tuo pensiero in forma testuale sia su un social media, su un blog, su un sito oppure su una semplice email, tieni conto delle regole di web writing; ciò può a volte davvero fare la differenza in quanto a comprensione e ricezione del tuo messaggio politico on line.

In questo modo potrai creare il cosiddetto “post perfetto”, in grado di attirare l'attenzione e di creare coinvolgimento; un contenuto che venga condiviso, commentato e riceva numerosi like.

---

# 9 ERRORI DA EVITARE

## CONCLUSIONE

Sei arrivato sino a qui, complimenti! Quello che ti ho scritto in questo breve ebook è già molto e ti permetterà di stare più attento a questi errori.

Eviterai così di compiere i 9 passi falsi che la maggior parte dei politici commette, compromettendo irrimediabilmente la campagna elettorale o la loro campagna di comunicazione politica online.

Stai per entrare in politica? Hai già un po' di esperienza ma devi fare il salto di qualità? Sei dentro da tanti anni e vuoi capire meglio come utilizzare Facebook?

Sei uno studente che vuole allargare i propri orizzonti o un professionista che vuole iniziare a occuparsi seriamente di politica?

Allora non puoi fare a meno di approfondire, di proseguire nel percorso tracciato e imparare a usare la pagina Facebook facilmente ed efficacemente.

Per questo sarà presto disponibile l'ebook:

---

### **PAGINA FACEBOOK PER IL POLITICO VINCENTE**

**(Come gestire facilmente la pagina per aumentare la visibilità e il consenso)**

Applicando le informazioni in esso riportate ti renderai conto che è possibile gestire la pagina Facebook autonomamente, senza l'aiuto di qualche costosa agenzia, social media manager o staff di comunicazione politica online.

## 9 ERRORI DA EVITARE

Un manuale pratico, semplice ed efficace che ti farà stare sempre un passo avanti ai tuoi avversari, ai tuoi competitors politici e anche ai tuoi colleghi di partito.

Alla luce di quanto hai appreso in questa miniguia mi piacerebbe sapere qual è la tua maggiore preoccupazione relativamente ad una gestione autonoma dei social media.

Grazie per aver scaricato questo ebook, se ti è piaciuto quello che hai letto puoi lasciare un commento sulla mia pagina

Facebook: [politico.vincente](https://www.facebook.com/politico.vincente).

Oppure puoi contattarmi tramite email:

[contatta@politicovincente.com](mailto:contatta@politicovincente.com)

Buona vita!

Stefano D'Agostino

[www.politicovincente.com](http://www.politicovincente.com)



**Politico***VINCENTE*

[www.politicovincente.com](http://www.politicovincente.com)