

SOCIAL MEDIA EXPLAINED



I Like Disney



I am at #Disney



This is where I am at Disney



Watch me visit Disney



Look at this "Vintage Style" picture of my time at Disney



Now listening to Disney music



Check out this recipe I got from Disney



I am here at Disney...(repeat)
I am here at Disney...(repeat)



Come read about all the details of my Disney Trip



This image of me at Disney will disappear in 5 seconds

memoriesofdisney.com

IMMAGINI NEL WEB

la loro importanza... se fatte bene

A Short History of Social Media



Courtesy of Socially Aware, the social media law update; to subscribe, please visit www.mofo.com/sociallyaware.

SOCIAL MEOWDIA EXPLAINED



I LIKE MY CAT



I'M PLAYING WITH MY CAT



WATCH THIS VIDEO OF MY CAT



I'M VERY SKILLED AT TRAINING CATS



HERE'S A HIPSTER PICTURE OF MY CAT



HERE IS HOW TO TRAIN YOUR CAT TO DANCE



I FREAKIN' HATE THIS CAT FOOD



I WORK FOR GOOGLE AND I HAVE A CAT



I AM LISTENING TO THE SONG "SOFT KITTY"



THIS IS WHERE I GOT MY CAT HOODIE



AVALAUNCH[™]
MEDIA



PINTEREST

SOCIAL SITE THAT IS ALL ABOUT **DISCOVERY**

LARGEST OPPORTUNITIES



USERS ARE:

17% MALE
83% FEMALE

20 MILLION ACTIVE USERS



TWITTER

MICRO BLOGGING SOCIAL SITE THAT LIMITS EACH POST TO **140 CHARACTERS**

LARGEST PENETRATION



BUT SPREADING SLOWLY AND STEADILY

5,700 TWEETS HAPPEN EVERY SECOND

241 MILLION ACTIVE USERS



FACEBOOK

SOCIAL SHARING SITE THAT HAS **1+ BILLION** USERS WORLDWIDE

LARGEST OPPORTUNITIES



COMMUNICATING WITH CONSUMERS IN A NON-OBTRUSIVE WAY

USERS SHARE 1 MILLION LINKS EVERY 20 MINUTES

1+ BILLION ACTIVE USERS



INSTAGRAM

SOCIAL SHARING SITE ALL AROUND **PICTURES** AND NOW **15 SECOND VIDEOS**

MANY BRANDS ARE PARTICIPATING THROUGH THE USE OF

HASHTAGS

AND POSTING

PICTURES CONSUMERS CAN RELATE TO

MOST FOLLOWED BRAND IS NATIONAL GEOGRAPHIC

200 MILLION ACTIVE USERS



GOOGLE+

SOCIAL NETWORK BUILT BY GOOGLE THAT ALLOWS FOR **BRANDS AND USERS** TO BUILD CIRCLES

NOT AS MANY BRANDS ACTIVE, BUT THE ONES THAT ARE TEND TO BE A **GOOD FIT** WITH A GREAT FOLLOWING

25-35 YEAR OLDS ARE THE MOST ACTIVE

540 MILLION ACTIVE USERS



LINKEDIN

BUSINESS ORIENTED SOCIAL NETWORKING SITE

BRANDS THAT ARE PARTICIPATING ARE **CORPORATE BRANDS** GIVING POTENTIAL AND CURRENT ASSOCIATES A PLACE TO **NETWORK & CONNECT**

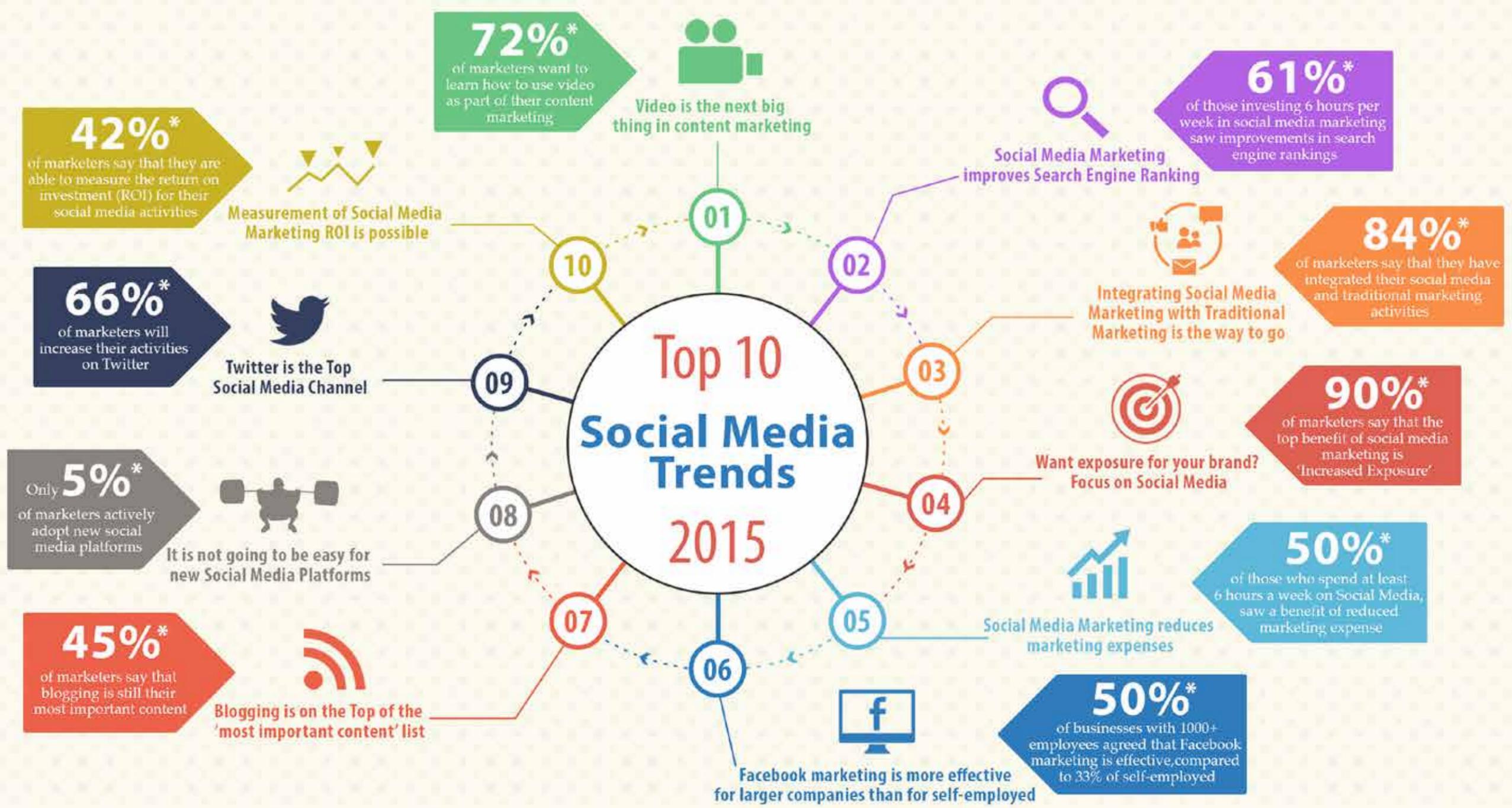


79% OF USERS ARE 35 OR OLDER

300 MILLION USERS

Statistics as of 4.25.2014 Designed by: Leverage - leveragenewagemedia.com

Top 10 Social Media Trends 2015



Compiled & Designed By : www.openmindsagency.com
 Digital Marketing Agency for Startups, Small Businesses and Non-Profits



* Source : Social Media Industry Report 2015 by Social Media Examiner
www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2015/

Need Help In Social Media Marketing? Say Hello To Us : hello@openmindsagency.com

the pros & cons of social media

You're all AMAZING

- As users are encouraged to discover content for themselves, there's not so much emphasis on actively engaging your audience
- Images are hyperlinked to the original source
- Selective following adds appeal to audience

- You need to ensure your imagery is well chosen, optimised and that the design is sharp
- Audience demographics can be limited

- Allows you to connect more directly with your audience
- Can be used to explain complicated concepts more easily than using text
- Users don't need to follow you to discover your content
- Can be found in search engine results

- Quality and editing need to be top notch; the results can be embarrassing if done badly
- Requires greater planning and time investment than other channels

- Easy to set up and use
- 140 character limit keeps messages to the point
- Easy to search network for content using hashtags

- Volume of messages can lead to information overload/loss of message
- Not the best platform for showcasing visual content
- Short messages can be limiting

#itsheresomewhere

- Simple to use
- Fastest-growing social network in 2014
- Appeals to a wide audience

- Links don't work in captions
- Limited integration capabilities

- Allows networking opportunities and prompts direct business relationships
- Enables sharing of knowledge and expertise

- The B2B focus means the audience is limited
- Ads can be poorly targeted, leading to a potential overload of irrelevant content

- Easy to use, set up and control from a variety of devices
- Allows you to communicate, publicly or privately, in real-time

- Privacy issues
- Marketing campaigns can be time-consuming
- Has become very ad-focused

- Having a profile has SEO benefits (ie, will help your site's visibility in search engines)
- Easy to use and integrates with Gmail and Google Docs
- Easy to find people and discover people to follow

- Very similar to Facebook
- Promotions and contests are strictly forbidden
- Lack of market share
- Limited audience size



WHY GO SOCIAL?

What is the value of having a social presence online? Here are a few reasons small businesses should be part of the social media scene.

NEW CUSTOMERS

78% of small businesses now get at least one quarter of new customers via social media

61% of young people refer to social media to decide where to go when they go out

CUSTOMER ENGAGEMENT

27%

27% of Americans check their social networks several times a day.

35%

35% of Americans check brand pages regularly as part of their social media activity.

27%

All together, social media takes up 27% of time spent online.

REACH

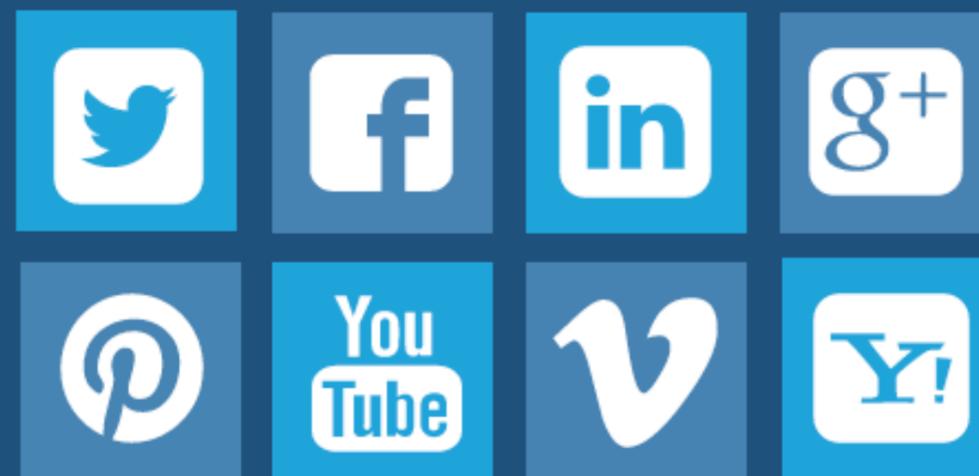
200 MILLION Twitter has 200 million active users.

1 BILLION Facebook boasts 1 billion active users.

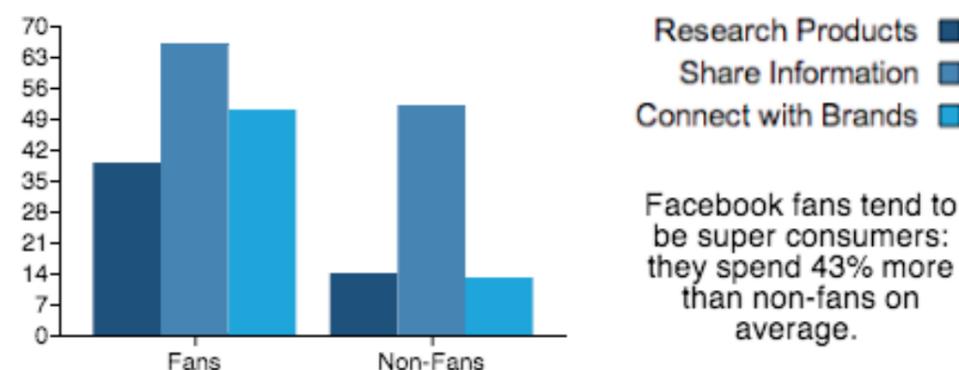
343 MILLION Google+ is gaining ground with 343 million active users.

225 MILLION LinkedIn has 225 million active users.

A LOT OF OPTIONS



SOCIAL HABITS OF FACEBOOK BRAND FANS



SOURCES

Forbes "YourBusiness Needs to Get Social, Local and Mobile-Fast"
LinkedIn Blog. "The Evolution of LinkedIn"
MarketingProfs. "Average Value of a Facebook Brand Fan Increases 28%"
"Social Networking: 45% Check out Brands' Pages"
"Social Takes up to 27% of Time Spent Online"
"World Internet Stats: Websites, Email, Social Media, and More"
MediaPost. "Online Radio reaches 86 Million Listeners Weekly"
Street Fight. "Study: 82% of SMBs Use Facebook for Marketing, 25% Use Twitter"
ZDNet "Google+ Moves Up to Second Place on Social Networks"

CREATED BY RADIATE MEDIA WWW.RADIATEMEDIA.COM



350M
ACCESS
FACEBOOK ON
MOBILE DEVICES

**BIGGEST
OPPORTUNITY**
BUILD
RELATIONSHIPS

HIGHEST CONSUMER
INTERACTION
OCCURS
ON
FRIDAY

1+
BILLION
FACEBOOK USERS



**BIGGEST
OPPORTUNITIES**
SHARE INFORMATION
+ REAL-TIME
MARKET INTELLIGENCE

MOST ACTIVE USERS
BETWEEN
10 - 11 PM

**190M
TWEETS**
PER
DAY

**215
MILLION**
ACTIVE USERS



50%
OF GLOBAL USERS
RESIDE IN THE USA

MOST FOLLOWED
BRAND

**BIGGEST
OPPORTUNITIES**
DRIVE ENGAGEMENT
& SHOW OFF FANS

**200
MILLION**
ACTIVE USERS



THE MAJORITY
OF USERS ARE
IN TECHNICAL
FIELD

**BIGGEST
OPPORTUNITIES**
DIRECT ENGAGEMENT
& IMPROVE SEO
& RANKING

68%
OF USERS ARE
MALE

**359
MILLION**
ACTIVE USERS



**BIGGEST
OPPORTUNITY**
NETWORK!
NETWORK!
NETWORK!

AVAILABLE IN
DIFFERENT
LANGUAGES **20**

WORLD'S
LARGEST
PROFESSIONAL
NETWORK

**300
MILLION**
ACTIVE USERS

*CREATED BY: JESSIE BAUDE, FRANKLY COMMUNICATIONS

Social Media Explained with Beer

-  **facebook** - I like beer
-   - I am having a #beer
-  **foursquare** - this is where I drink beer
-  **yelp** - you will like the beer here
-  **You Tube** - here I am having a beer
-  **Linked in** - my skills include beer
-   **Instagram** - here is a photo of my beer
-   - listening to a song about beer
-  **Pinterest** - here are beers that I like
-  **GROUPON** - find half priced beer here

www.apollobravo.com/blog

SMO [Social Media Optimization] Periodic Table

Not all of these applications here belong solely to Twitter. A few of these applications connect to social media as a listening channel, or broadcasting channel, but have no direct means to publish to Twitter per se. Applications such as **Blipper** and **Formulists** are no longer working, but it's useful to show what has come up in and around their place, and that in some cases they were irreplaceable...

Culling modifies your ratios of friends/followers or tides up your Twitter stream. Use these applications sparingly. Excessive use of these applications can possibly suspend new users to Twitter.



LISTENING TOOLS

Listeners make up the bulk of Twitter audience - consumers (with the exception of researchers).

PUBLISHING TOOLS

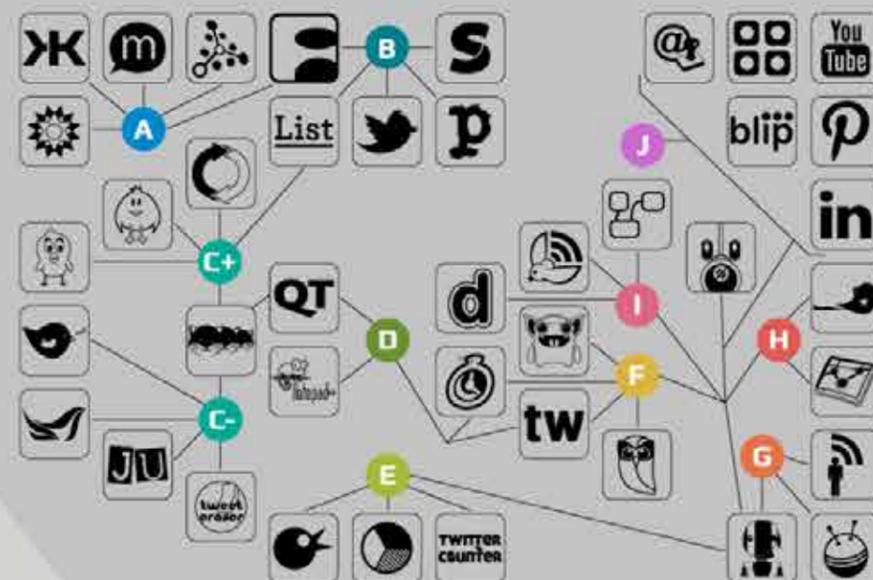
Make sure you're not missing the mark either by passively listening (unless you're just researching) or by aggressive posting, which could be considered spamming.

Broadcasting is messaging on a loop from a repeated reservoir or a feed.

BROADCASTING TOOLS

APP MAP

The map displays the context in which most SMOs will use these apps. This isn't a guide to social media strategy, but more of a visual way to hone in on applications that will suit your optimization task.



MAP LEGEND

A Targeting areas of influence or high activity. Touchgraph for Facebook works in a similar way to Mentionmapp .	D For designing status reservoirs with strict character limits, use Notepad++ and watch the column number.	H Don't forget to plan your status links with correct tracking tags for future Google Analytics results.
B Useful tools for doing automated group mentions. Note for Formulists ' position: "Nothing found that closely replaces what it used to achieve."	E Before you start culling, make sure you preserve any audience lists using Tweetake and check that you aren't making spurious unfollow troughs in Twitter Counter .	I Targeted RTs and new feeds. For those with some coding knowledge, Yahoo! Pipes is a useful function to track down a live feed of targeted tweets and repurpose them.
C+ Increasing friend apps, from location targeting using Twello to bulk adding from lists using Tweepi . And of course culling to keep your friends lists and stream tidy. Using Multifox to log in to different profiles simultaneously is essential for this process.	F Tools for scheduling your private updates.	J There are multiple ways to publish between social media platforms. It's probably more professional to publish to Twitter rather than allowing Twitter to publish to other networks.
	G Archivist for downloading your query stream, Buzzstream for extracting links, HTML2RSS for creating feeds directly from lists.	

TABLE LEGEND

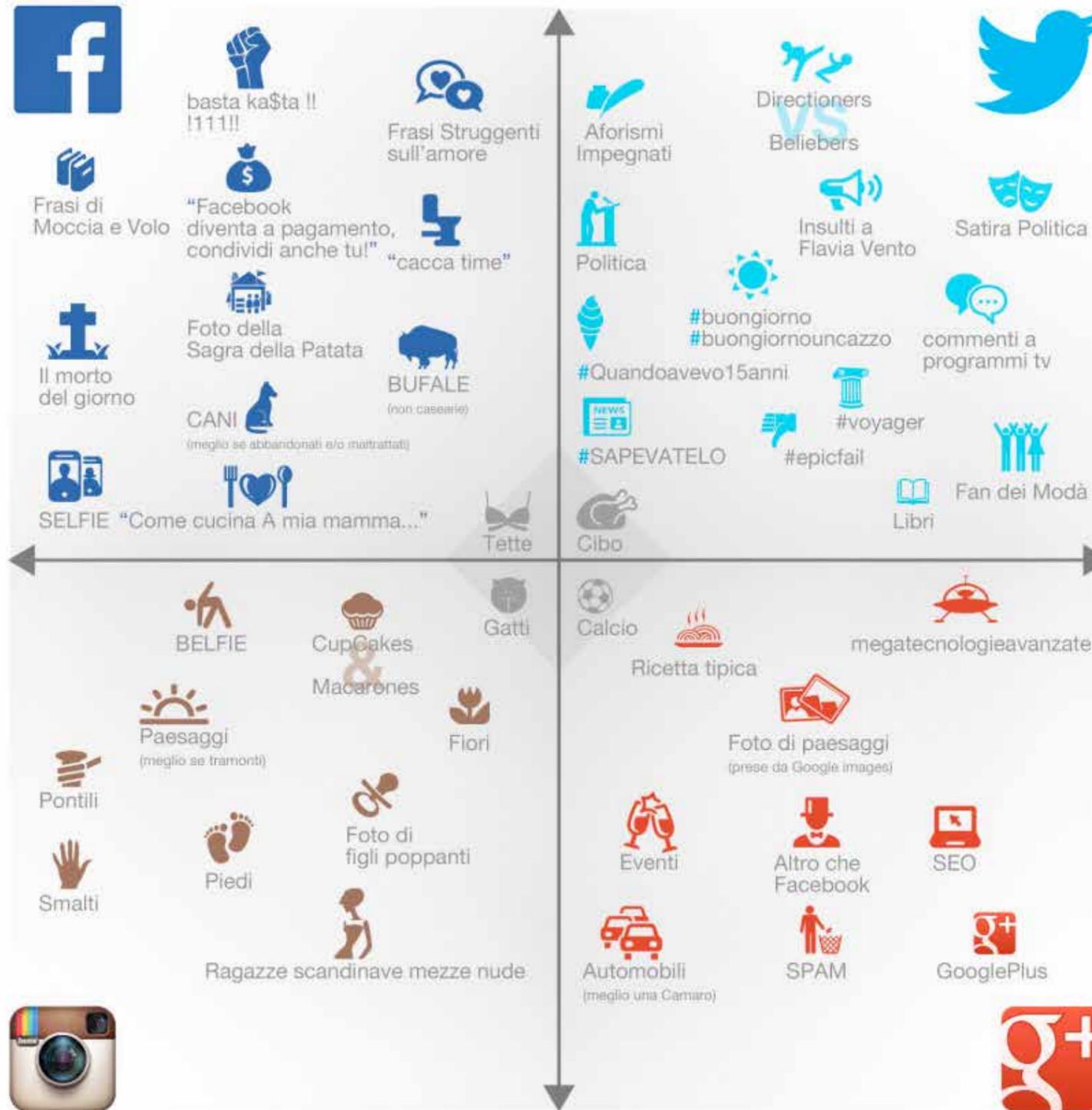
WISESTAMP: An email application that retrieves your latest tweet and adds it to the footer of most webmail clients from Gmail to Hotmail.	PINTEREST: Pinning. Duh!	SOCIALDMPH: Tweet scheduling.
UNTWEEPS: Culling dominancies.	TOUCHGRAPH: Facebook application that shows your connections and their influences in a really useful visual display to help you target messaging.	NOTEPAD++: Checking list's character limit.
POSTEROUS: Blog by email, and post to all profiles. A multi-channel, micro-blogging application. Twitter just acquired them, so keep an eye on where this goes.	FORMULISTS: Dead tool for list building.	SUMMIFY: Group mentions.
BLIPPR: Dead network bought out by Mashable. MicroReview and Wiki service.	MANAGEFLITTER: Culling big time!	TWITTER COUNTER:
MENTIONMAPP: Locating Tweet Mention Density.	LINKEDIN: Selectively post tweets to LinkedIn #in	TWEETAKE: Data mining, extraction, harvesting, scraping tool.
JUSTUNFOLLOW	MULTIFOX: Browser multi-native login. If you have to tweet natively, Multifox for Firefox allows you to log in to multiple profiles in different windows.	HOOTSUITE: Multiuser Twitter client.
	TWEEPI: Bulk Follow.	TWUFFER: Tweet scheduling.
	GREMLIN: Tweet scheduling.	LISTORIOUS: Listbuilding.
	TWEET ERASER: Bulk delete history.	BUZZSTREAM: Data mining, extraction, harvesting, scraping tool.
		ARCHIVIST: Search and retain all tweets.
		YAHOO! PIPES
		TWEETDECK: Now owned by Twitter and provides its own URL shortening. It's run from your desktop, which means the Twitter API call limit still applies. Be careful if you're logged in via web browser at the same time for native RTs to NOT overload the limit attributed to your IP.
		TWEETBOT: Mobile client.
		SEOMOZ
		FOLLOWERWONK
		DLVR.IT: Autotweet stream.
		TWITTERFEED
		TWIENDS: Friend train. Careful how you use friend "adders" like Twiends, since they're a bit radioactive often with high bail out rates. However, they are useful. Even marketing agencies use them for celebrity followings.
		TWELLO: Follow by location.
		GOOGLE ANALYTICS
		QUICKTAGGER: A toolbar button for adding tracking tags to links (by InMotion Hosting).
		TWEETBURNER
		HTML2RSS

Brought to you by:
inmotion
hosting



L'IMPERDIBILE GUIDA

al Successo sui Social Media

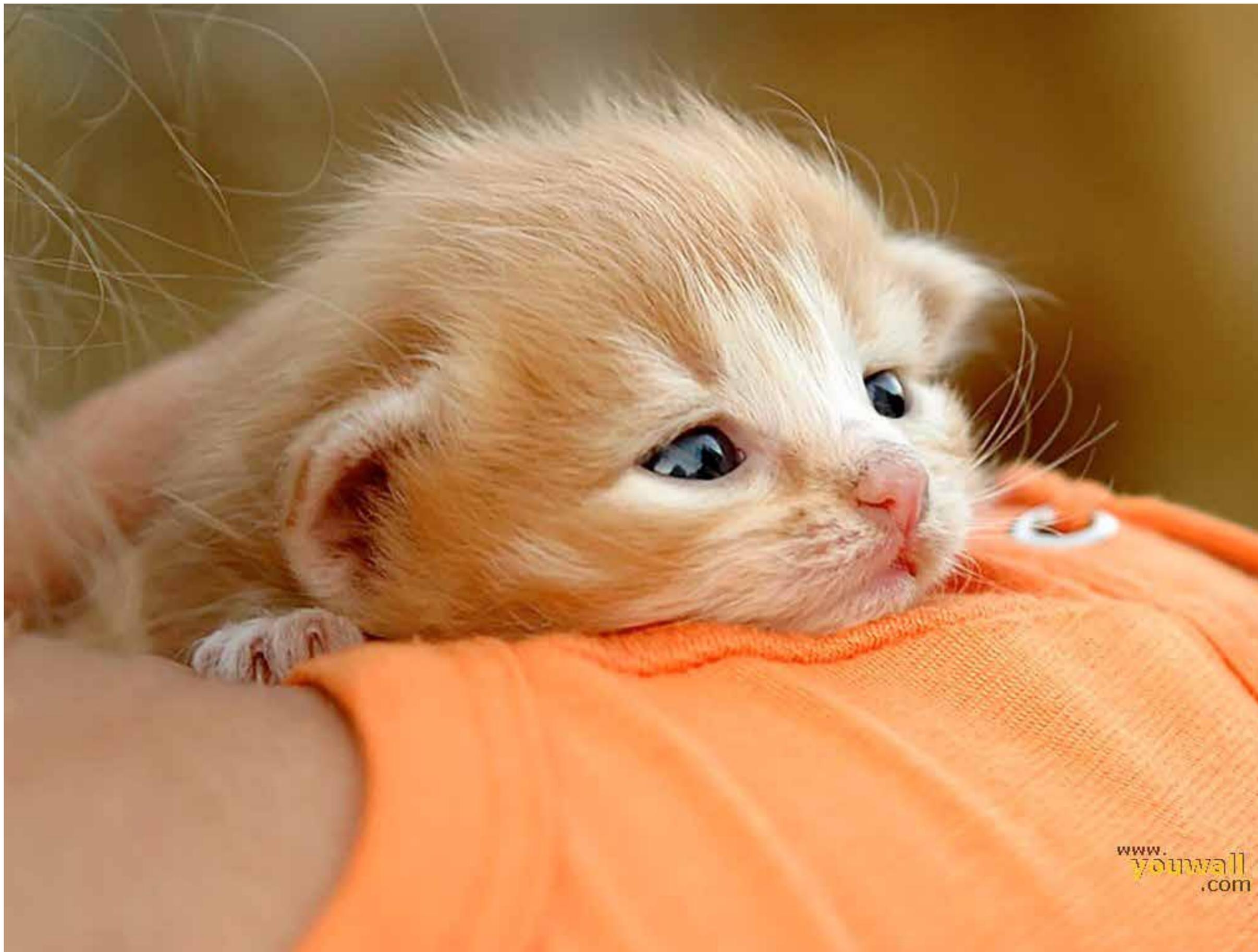


L'IMPERDIBILE GUIDA al successo sui Social Media

a cura di Davide Licordari
www.davidelicordari.com
twitter @davidelico

grafica web twitter Andrea Antoni
www.andreasantoni.it
@staiuan

 FACEBOOK	 LINKEDIN	 TWITTER	 PINTEREST	 GOOGLE PLUS
Raccontare, fotografare il "dietro le quinte"	Aggiornamenti di prodotti	Link ad articoli/post blog	Foto di prodotti	Raccontare, fotografare il "dietro le quinte"
Quotare frasi e pensieri	Postare articoli/post blog interessanti/tecnici (rispetto al proprio target)	Quotare pensieri, idee, frasi	Guide, ebook, whitepaper	Video
Coinvolgere nelle discussioni	Informazioni delle aziende	Informazioni dalle aziende	Video	Aggiornamenti di eventi
Proporre questionari semplici (es. vero/falso)	Video di reclutamento	Informare in modo costante, periodico, annunciare qualcosa, eventi e altro	Infografiche	Post da blog
Postare come se fosse un blog o i post del proprio blog	Post di lavoro	Condividere video interessanti	Post da blog	Informazioni dalle aziende
Informare in modo costante, periodico, annunciare qualcosa, eventi e altro	Informare in modo costante, periodico, annunciare qualcosa, eventi e altro	Aggiornamenti di eventi	Contenuti curati	Guide, ebook, whitepaper



BIRRA GRATIS



FACEBOOK



“Facebook aiuta a connetterti e rimanere in contatto con le persone della tua vita.”

Facebook è un servizio di rete sociale lanciato il 4 febbraio 2004 è stato creato da *Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, Chris Hughes* basato su una piattaforma software scritta in vari linguaggi di programmazione.

Il sito, fondato ad Harvard negli Stati Uniti era originariamente stato progettato esclusivamente per gli studenti dell'Università di Harvard, ma fu presto aperto anche agli studenti di altre scuole della zona di Boston, della Ivy League e della Stanford University.

Successivamente fu aperto anche agli studenti delle scuole superiori e poi a chiunque dichiarasse di avere più di 13 anni di età. Da allora Facebook raggiunse un enorme successo: è il secondo sito più visitato al mondo dopo Google, superando YouTube che ha detenuto per anni la seconda posizione.

È disponibile in oltre 70 lingue e a luglio 2016 contava circa 1,7 miliardi di utenti attivi mensilmente, classificandosi come primo servizio di rete sociale per numero di utenti attivi.

Il nome “Facebook” prende spunto da un elenco con nome e fotografia degli studenti, che alcune università statunitensi distribuiscono all’inizio dell’anno accademico per aiutare gli iscritti a socializzare tra loro.

Recentemente milioni di utenti usano Facebook come una piattaforma simile a quella di YouTube ovvero, mettere in mostra i propri video, creando un pubblico numeroso.

Facebook non è solo per le persone fisiche e la loro vita privata ma, attraverso un servizio dedicato (**Facebook for Business**), è anche un strumento di social marketing.

La **pagina (pubblica)** o pagina fan è un servizio di Facebook usufruibile, gratuitamente e con servizi aggiuntivi a pagamento, da utilizzare per pubblicizzare le seguenti macro-categorie di entità:
imprese, luoghi, aziende, organizzazioni, istituzioni, marchi o prodotti, artisti, gruppi, personaggi pubblici, intrattenimento, cause e comunità.

Ciascuna di queste macro-tipologie di pagina contiene molte categorie che vanno prescelte in fase di apertura.

La pagina è utilizzabile da aziende, enti, lavoratori autonomi, associazioni, organizzazioni in genere per promuovere la loro impresa (prodotti e servizi) o una finalità pubblica.

Il **regolamento** di Facebook vieta di utilizzare un profilo per scopi commerciali o comunque pubblici in quanto si utilizza un servizio che è nato per una finalità diversa.

Grazie alla pagina si possono **informare i clienti** (ma anche i **fornitori**) o gli utenti (detti “*fan*” termine distinto da “*amici*” che si usa solo per il profilo), fare **pubblicità diretta** (attraverso lo strumento denominato “*inserzioni*”), postare le **novità**, e tante altre cose.

Ad ogni modo la pagina la si utilizza anche per enti e istituzioni pubbliche, associazioni di varia natura, località, personaggi pubblici, cause sociali e benefiche, ecc. Mediante lo strumento “*Business manager*” si possono creare account pubblicitari distinti e avere la reportistica per il monitoraggio degli obiettivi dell’inserzione e del budget.

Browser window showing the Facebook page for Tostapane Studio. The URL is https://www.facebook.com/tostapanestudio/?ref=aymt_homepage_panel.

The page header includes navigation tabs: **Pagina**, Messaggi, Notifiche, Insights, Strumenti di pubblicazione, Impostazioni, Assistenza.

Profile Information:
 Tostapane Studio
 @tostapanestudio

Home (selected)
 Informazioni
 Foto
 Recensioni
 Persone a cui piace
 Video
 Post
 Gestisci tab
 Promuovi

Main Content:
 A large image of a vintage Leica camera in a brown leather case.
 Interaction buttons: **Ti piace**, **Invia messaggio**, **Altro**, **Invia un messaggio**.

Post Creation:
 Stato, Foto/video, Offerta, Evento +
 Ora puoi creare un'offerta direttamente dalla tua Pagina.
 Scrivi qualcosa...

Analytics:
 Questa settimana
 Mostra tutto
 0 Portata post | 0 Clic sul sito Web | 0 Invia un messaggio

Promotion:
 Copertura maggiore. Spesa minore.
 Raggiungi 120.000 persone nelle vicinanze di Tostapane Studio. Inizia con \$ 10,00.
 Promuovi impresa locale

Recent Post:
 Tostapane Studio con Bi Socal e altre 2 persone.
 11 agosto · €
 la nostra vacanza è il lavoro
 Image of a landscape painting.

Right Sidebar:
 Cerca post in questa Pagina
 Percentuale di risposte: 100%, tempo di risposta: 8 h
 Rispondi più velocemente per attivare il badge
 Piace a 149 persone +1 questa settimana
 Michele Rosada e altri 93 amici
 Vedi le notizie delle Pagine
 Post della Pagina a cui hai messo "Mi piace" a nome della tua Pagina
 Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

INFORMAZIONI:
 Map showing location in Venice.
 San Polo 3083, 30121 Venice
 Salva
 Aggiungi numero di telefono
 Aggiungi orari
 Di solito risponde entro un giorno
 Invia un messaggio subito
 http://www.tostapa... Promuovi il sito Web

STORIA DI FACEBOOK

L'allora diciannovenne Mark Zuckerberg mandò in rete Facemash, predecessore di Facebook, il 28 ottobre 2003, mentre frequentava il secondo anno all'università di Harvard. Per terminare il progetto, Zuckerberg si introdusse in aree protette della rete universitaria per copiare le foto dei documenti di riconoscimento degli studenti. Facemash registrò più di 450 visitatori e 22.000 foto visualizzate durante le prime quattro ore di visibilità del sito, ma fu chiuso pochi giorni dopo dai responsabili dell'università. Zuckerberg fu accusato di aver violato la sicurezza, i copyright e la privacy individuale, rischiando potenzialmente l'espulsione, ma alla fine non subì alcun provvedimento.

Nel gennaio 2004 Zuckerberg cominciò a programmare un nuovo sito web, che vide la luce il 4 febbraio 2004, anche grazie all'aiuto di Andrew McCollum, che contribuì alla programmazione, e a Eduardo Saverin, che ne curò gli aspetti aziendali. Il sito era raggiungibile all'indirizzo thefacebook.com. Sei giorni dopo altri tre studenti di Harvard, Cameron e Tyler Winklevoss e Divya Narendra, accusarono Zuckerberg di averli truffati, in quanto avrebbe promesso loro di aiutarli a creare un servizio di rete sociale chiamato "HarvardConnection.com" mentre era intenzionato a rubargli l'idea per creare un sito concorrente. L'accusa si tradusse successivamente in una causa legale.

Per la fine del mese di febbraio, più della metà della popolazione universitaria di Harvard era registrata al servizio. A quel tempo, Zuckerberg fu aiutato anche dal grafico Dustin Moskovitz e da Chris Hughes per la promozione del sito e nel marzo 2004 Facebook si espanse all'Università di Stanford, alla Columbia University e all'Università Yale. Ad aprile del 2004 il servizio si allargò al resto della Ivy League, al MIT, alla Boston University e al Boston College. Fu poi la volta di altri istituti negli Stati Uniti e in Canada. A metà del 2004 fu fondata la corporation Facebook, Inc. L'imprenditore Sean Parker, che fino ad allora era stato un consigliere informale per Zuckerberg, ne divenne presidente. A giugno 2004, terminato l'anno accademico, Zuckerberg e Moskovitz si trasferirono a Palo Alto in California con McCollum, che aveva seguito uno stage estivo alla Electronic Arts. Affittarono una casa vicino all'Università di Stanford dove furono raggiunti da Adam D'Angelo e da Parker. A fine mese ricevettero il primo finanziamento, dal cofondatore di PayPal Peter Thiel.

Tra aprile e agosto del 2005 venne registrato il dominio attuale, facebook.com, per la cifra di 200.000 dollari. Col tempo, persone con un indirizzo di posta elettronica con dominio universitario (per esempio. edu, .ac.uk ed altri) acquisiscono i diritti per diventare utenti. Il 27 febbraio 2006 il servizio fu aperto anche ai licei e ad alcune grandi compagnie, tra cui Apple e Microsoft. Dal 26 settembre 2006 chiunque abbia più di 13 anni può parteciparvi.

Dal settembre 2006 al settembre 2007 la posizione nella graduatoria del traffico dei siti è passata, secondo Alexa, dalla sessantesima alla settima posizione. Dal luglio 2007 figura nella classifica dei 10 siti più visitati al mondo ed è il sito numero uno negli Stati Uniti per foto visualizzabili, con oltre 60 milioni di immagini caricate settimanalmente.

In Italia si è registrato un boom di presenze nel 2008: nel mese di agosto si sono contate oltre un milione e trecentomila visite, con un incremento sull'anno prima del 961%; il terzo trimestre ha poi visto l'Italia in testa alla lista dei paesi con il maggiore incremento del numero di utenti (+135%)[9]. Secondo i dati forniti da Facebook e raccolti nell'Osservatorio Facebook, gli utenti italiani nel mese di novembre 2011 sono 21 milioni, di cui 13 milioni si collegano ogni giorno. Coloro che accedono mensilmente da dispositivo mobile sono 7,5 milioni. L'ultima rilevazione di agosto 2013 mostra un'ulteriore crescita: gli utenti attivi nel mese sono 24 milioni, di cui 17 milioni si collegano quotidianamente. Da dispositivo mobile sono 15 milioni su base mensile e 10 su base giornaliera.

Il traffico su Facebook è cresciuto a un ritmo sostenuto, fino a superare per una settimana, nel marzo 2010, il motore di ricerca Google per numero di visite negli Stati Uniti. A marzo 2011 è stato reso noto che Facebook rimuoveva profili personali al passo di circa 20.000 al giorno a causa di varie infrazioni, tra cui spam, contenuti non permessi ed età più bassa del minimo consentito.

Nel 2011 l'azienda prende spunto da molte caratteristiche introdotte dal suo nuovo rivale Google+ (in risposta al social network di Google), tra cui ad esempio:

la traduzione automatica della lingua dei post in bacheca;

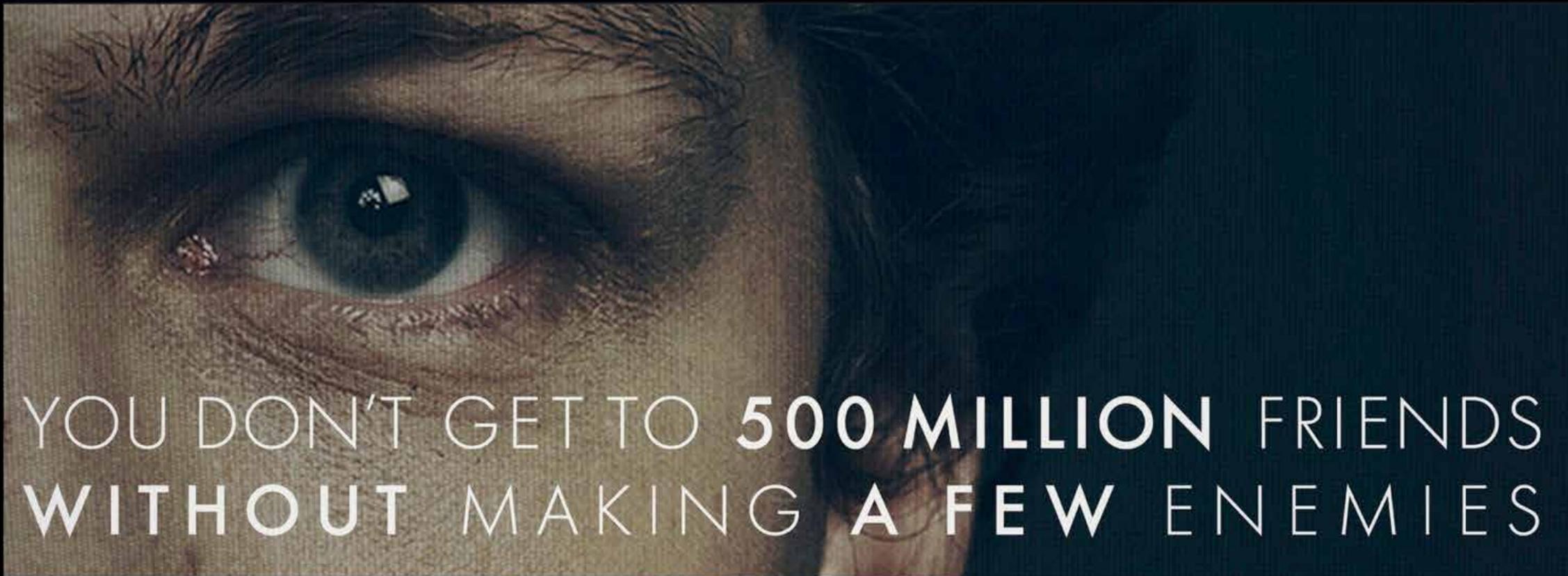
la possibilità di condividere dall'applicazione per dispositivi mobili.

A marzo 2012 Facebook annuncia il lancio di App Center, un negozio online per dispositivi mobili, dedicato alle applicazioni per connettersi a Facebook.

Il 1° giugno 2012 Facebook ha promosso una votazione riguardante la nuova Dichiarazione dei diritti e delle responsabilità e la Normativa sull'utilizzo dei dati, in cui era possibile scegliere i vecchi documenti del 2011 oppure i nuovi del 2012. La votazione si chiuderà l'8 giugno e se avranno votato più 300 milioni di utenti sarà vincolante.

Il 24 agosto 2015 Facebook raggiunge la cifra record di 1 miliardo di utenti attivi contemporaneamente sulla piattaforma.

OPPURE GUARDA IL FILM



YOU DON'T GET TO 500 MILLION FRIENDS
WITHOUT MAKING A FEW ENEMIES

DAVID FINCHER

the social network

AT CINEMAS OCTOBER 15

THESOCIALNETWORK-MOVIE.CO.UK

COLUMBIA PICTURES PRESENTS AN ASSOCIATION WITH RELATIVITY MEDIA . SCOTT RUDIN / MICHAEL DE LUCA / TRIGGER STREET "THE SOCIAL NETWORK"
JESSE EISENBERG ANDREW GARFIELD JUSTIN TIMBERLAKE ARMIE HAMMER MAX MINGHELLA MUSIC BY TRENT REZNOR ATTICUS ROSS COSTUME DESIGNER JACQUELINE WEST
EDITED BY ANGUS WALL EXECUTIVE PRODUCERS KIRK BAXTER PRODUCED BY DONALD GRAHAM BURT DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY JEFF CRONENWETH EXECUTIVE PRODUCERS KEVIN SPACEY BASED UPON THE BOOK "THE ACCIDENTAL MILLIONAIRE" BY BEN MEZRICH SCREENPLAY BY AARON SORKIN
EXECUTIVE PRODUCERS SCOTT RUDIN DANA BRUNETTI MICHAEL DE LUCA CEÁN CHAFFIN DIRECTED BY DAVID FINCHER

SOUNDTRACK ON NULL



© 2010 Columbia Pictures Industries, Inc. All Rights Reserved. TM & © Sony Music Entertainment Inc. All Rights Reserved.

L'IMPORTANZA DELLE IMMAGINI NEI SOCIAL

I social hanno rivoluzionato letteralmente il modo di comunicare e di interagire da parte delle aziende catapultate in un mondo virtuale fatto di contatti diretti e immediati con i clienti.

In questo mondo social la prima forma di comunicazione con il cliente avviene attraverso un **approccio visivo**: attraverso l'Appeal di un'immagine, di un prodotto di punta, o di una panoramica dell'azienda.

L'immagine che noi carichiamo nel nostro sito / pagina facebook/ pinterest / etc è di estrema importanza poiché:

1) È un *veicolo di lettura immediata*

2) *descrive immediatamente l'essenza della nostra azienda*, è un biglietto da visita per qualsiasi utente, potenzialmente visionabile da decine o centinaia di utenti quotidianamente.

3) *Le immagini rispetto al testo attraggono subito l'attenzione dell'utente*. Le immagini possono innescare tutta una serie di emozioni e ricordi, che le rende molto accattivanti. Infine, le immagini possono superare le barriere linguistiche molto meglio di un testo, anche se tradotto. Le immagini sono un modo semplice per migliorare l'esperienza utente di ogni sito web. Il 90% di tutte le informazioni che percepiamo e che viene trasmesso al nostro cervello è visivo. Le immagini possono aiutare ad attirare l'attenzione e guidare il visitatore. Possono essere di grande valore, quando si tratta di presentare informazioni importanti ma sono anche e soprattutto un grande "valore emozione" che è possibile utilizzare per attirare i visitatori e farli concentrare sul contenuto.



BIRRA GRATIS

GRATIS



LA SCELTA DELLE IMMAGINI, E COME UTILIZZARLE

1) Limitare le immagini di grandi dimensioni sopra il fold di pagina (nella parte superiore della pagina, piega o no-scroll-area che dir si voglia). Le immagini possono essere grandi per molte ragioni, ma assicuratevi sempre di non dar loro troppa priorità nel fold di pagina o no-scroll-area. Lo spazio di una pagina web visibile senza che l'utente debba scrollare, è lo spazio più prezioso del vostro sito. Questo non perché le persone non siano disposte a scorrere verso il basso, ma semplicemente perché questa zona è la prima parte l'utente vede quando arriva sul vostro sito, e sarebbe saggio utilizzare lo spazio in modo appropriato. Date all'utente un valido motivo per scorrere e consultare il resto del sito. Certo che se le immagini assumono un ruolo attivo in questa guida allora è possibile utilizzarle anche di grande dimensione

2) Utilizzare immagini significative

Quando utilizzate immagini, è importante sapere il perché. Non basta utilizzare le immagini per sbarazzarsi di troppi spazi bianchi.

Ogni immagine del vostro sito dovrebbe rispondere a due domande:

- *perché ho scelto quell'immagine e non una diversa?*
- *perché ho messo l'immagine in quel determinato punto del testo, e non da qualche altra parte?*

Take our Gift card and buy with 35% of discount

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec blandit enim libero, quis tincidunt arcu.



CATEGORIES

- Pc & Notebook
- Phones
- iPhone & Ipad
- Cameras
- Tablets
- Ipod

GIFT CARD

Give us your email address and enjoy our special gift card with 15% of discount!

Subscribe now

FEATURED ITEMS

Give us your email address and enjoy our special gift card with 15% of discount!

Check it now



iPhone 15 GB
30,59 \$

More details



Apple I Mac 27"
1.420 \$

More details



Apple Ipad
750 \$

More details



Bamboo Wacom
205 \$

More details



Sony Vaio Red

ullam posuere, magna ac luctus faucibus, diam arcu iaculis massa, auctor dictum enim urna sit amet urna.

\$ 650⁰⁰

More details



Sony Vaio Grey

ullam posuere, magna ac luctus faucibus, diam arcu iaculis massa, auctor dictum enim urna sit amet urna.

\$ 600⁰⁰

More details



Netbook Sony Vaio

ullam posuere, magna ac luctus faucibus, diam arcu iaculis massa, auctor dictum enim urna sit amet urna.

\$ 200⁰⁰

More details



TV Samsung 32"

ullam posuere, magna ac luctus faucibus, diam arcu iaculis massa, auctor dictum enim urna sit amet urna.

\$ 250⁰⁰

More details

3) È una cosa ormai comune **utilizzare le immagini al posto del testo**, per collegamenti ad altri contenuti. In generale, questa non è affatto una cosa negativa, perché come detto le immagini hanno più potenzialità nell'attrarre l'attenzione e rendendo più facile la conversione di una call-to-action. Tuttavia non ci si dovrebbe dimenticare di *etichettarle* o di aggiungervi una *breve didascalia*. Mentre i collegamenti di testo sono già di per se descrittivi, molte immagini giocano sull'emozione e non sempre sono autoesplicative e quindi non di immediata comprensione.



OH CHE CARINO!!!

4) Assicurarsi che le immagini non rallentino la consultazione del sito (o della pagina social, etc..)

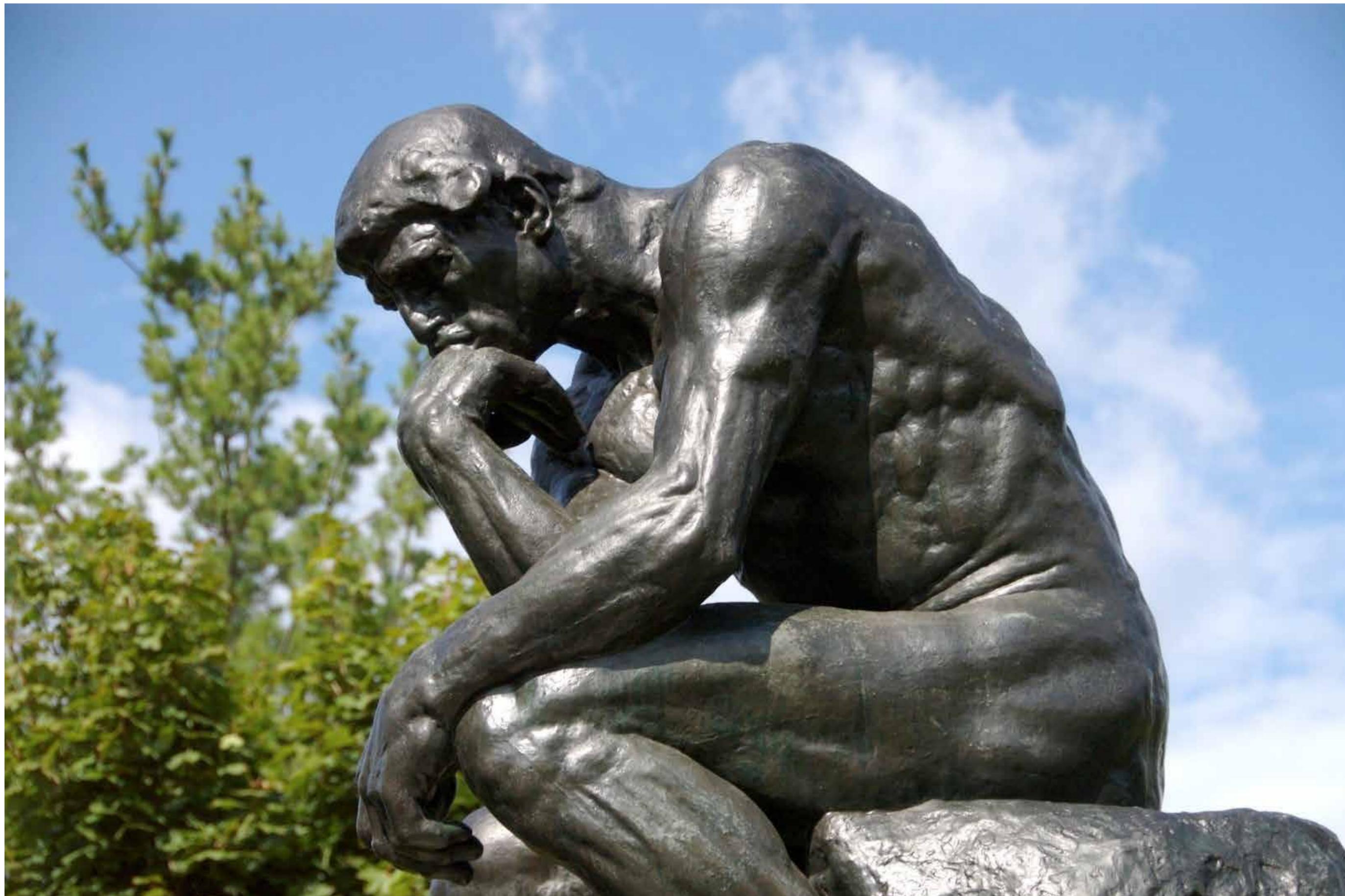
Le immagini possono rallentare un sito e così facendo, contrastare un'esperienza positiva. Per fortuna le connessioni Internet al giorno d'oggi ci permettono di navigare con una certa tranquillità. Tuttavia, soprattutto per gli utenti che accedono da smart phone o cellulare, è importante ottimizzare ulteriormente le vostre immagini.



**You read
my t-shirt.**

**That's enough social
interaction for one day.**

COSA VUOL DIRE OTTIMIZZARE LE IMMAGINI PER WEB



Con **Gimp** o con **photoshop** le immagini possono essere ottimizzate per non sovraccaricare la pagina / il sito e la lettura del contenuto che ci interessa.

In photoshop: assicurarsi che la risoluzione sia a **72 dpi** e non oltre, Premiamo quindi CTRL+ALT+I per aprire il pannello dimensione immagine. Controlliamo il parametro risoluzione e assicuriamoci che sia impostato sui 72 dpi. Se il valore dovesse essere superiore, abbassiamolo facendo attenzione che sia deselezionato il box ricampiona immagine, subito sotto.

Le dimensioni dell'immagine, in **PIXEL**, solitamente sono ottimali su **1024x768** ovvero **800x600**
(dimensioni per uno schermo standard)

FACEBOOK

caricare le immagini

salvare le foto in formato **png**
(formato che non prevede compressione
a vantaggio della qualità dell'immagine)
od anche in **jpg**
(nella modalità "web" a 72 dpi)

Image Size

Pixel Dimensions: 28,7M

Width: 2592 pixels

Height: 3872 pixels

OK

Cancel

Auto...

Document Size:

Width: 91,44 Centimeters

Height: 136,6 Centimeters

Resolution: 72 Pixels/Inch

Scale Styles

Constrain Proportions

Resample Image:

Bicubic Automatic



**Immagine pagina Post
(Aspect Ratio 1:1)**

DESKTOP



MOBILE



Dimensioni consigliate caricamento immagine: 1200x1200px



Bi Socal

2 min · 🔒 ▼

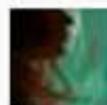
pesceprova



👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi



Scrivi un commento...



Nel *layout* sono indicate delle misure minime per la *preview* delle immagini sulla vostra pagina: le foto da caricare devono essere più grandi ma standardizzate al formato se volete che il vostro oggetto non venga tagliato, nella *preview*. Se non vi interessa una visualizzazione esaustiva nella *preview*, la vostra immagine verrà comunque visualizzata interamente con un click, e aperta in una nuova finestra.

*Lo standard di **copertina** è pari a 851x315 px*

L'immagine del profilo deve avere come dimensioni minime un format 180x180 px, è un formato molto piccolo che va bene per la **preview**. Caricare un'immagine con una dimensione maggiore ne conserva la qualità nell'apertura della stessa in una nuova finestra.

Scegliete un'immagine quadrata (768x768 px).

Una singola immagine pubblicata deve avere una dimensione minima di 403x504 e il formato consigliato è 1200x627 ovviamente varia l'altezza

Facebook profile page for "Bi Socal".

Header: f Bi Socal [Search] Bi Home

Profile Picture: 851 x 315

Profile Name: Bi Socal

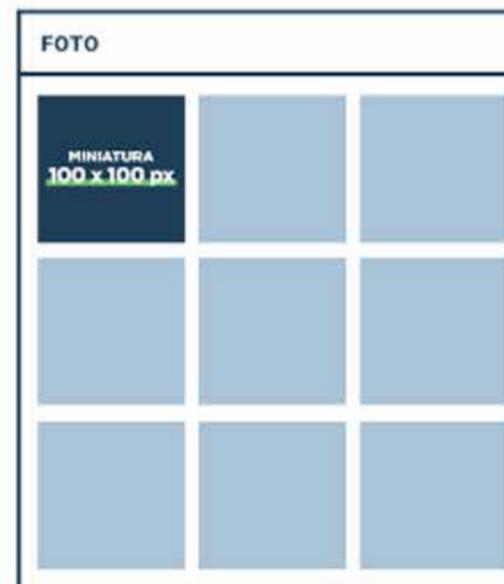
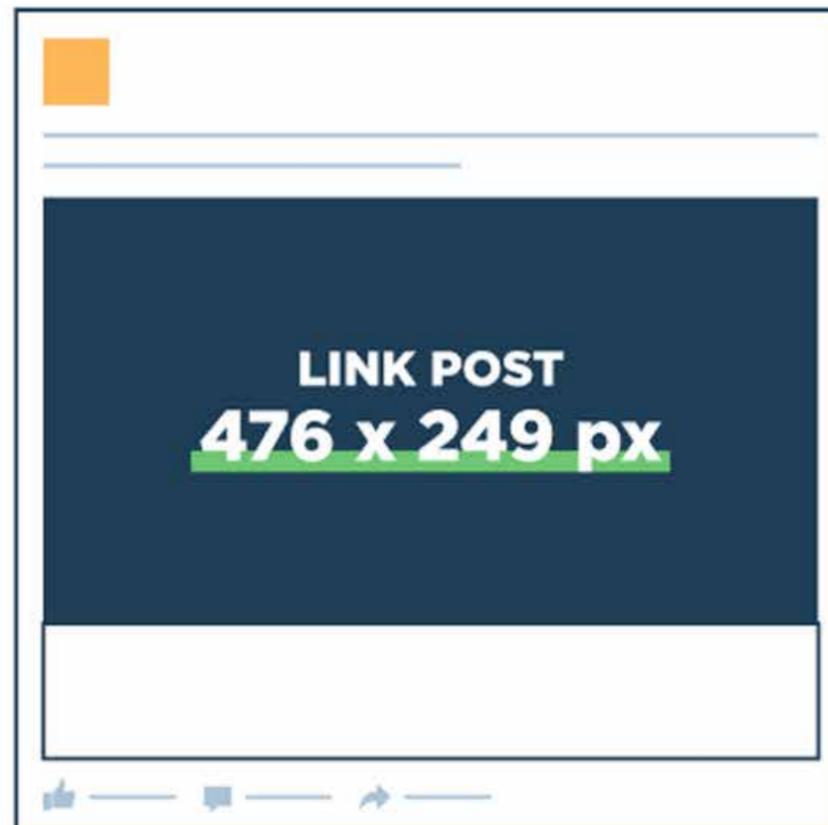
Buttons: Aggiorna informazioni 1, Visualizza Registro attività

Navigation: Diario, Informazioni, Amici 324, Foto, Altro

Left Sidebar: In breve, Descrivi chi sei, Aggiungi informazioni su di te, Aggiungi foto in evidenza, Foto

Right Content:

- Stato | Foto/video | Avvenimento importante
- A cosa stai pensando?
- Amici | Pubblica
- Bi Socal 10 min
- post
- Image: 1200 x 627



INSTAGRAM

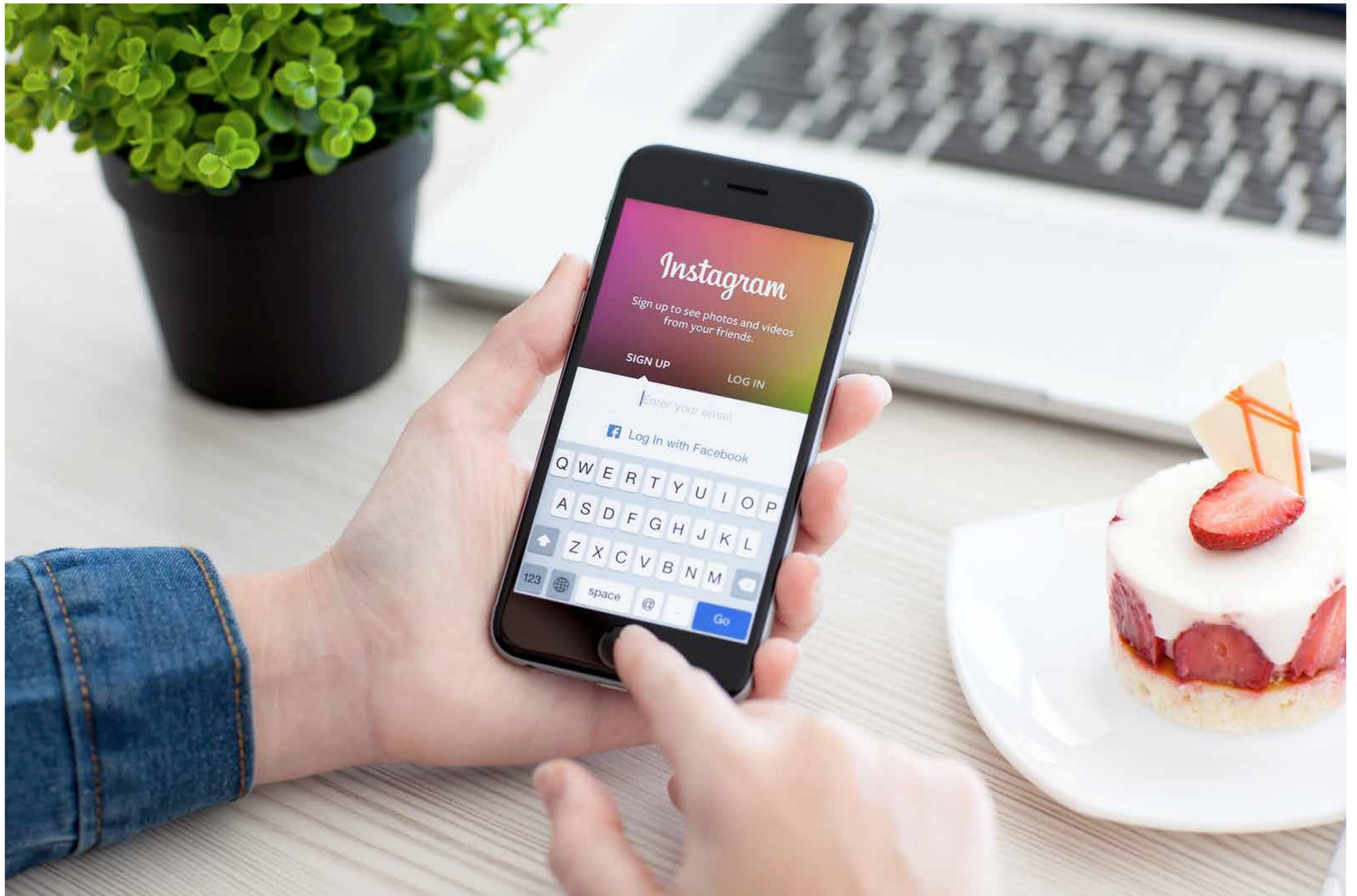


Instagram è un social network che permette agli utenti di scattare foto, applicare filtri, e condividerle su numerosi altri servizi social, compresi Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr, Swarm e Posterous.

L'applicazione, sviluppata da *Kevin Systrom* e *Mike Krieger*.

(Kevin Systrom: laureato nel 2006 presso la Stanford University ottenendo un Bachelor of Science nella gestione della scienza e dell'ingegneria. lavora come stagista presso la società ha dato origine a Twitter. Dopo la laurea, ha lavorato per due anni a Google, occupandosi di Gmail, Google Calendar, Google Reader e dello sviluppo della piattaforma di Google Docs

Mike Krieger: guardate su Wikipedia)



Instagram all'inizio presentava la peculiarità del **formato fotografico quadrato** a cui spesso si aggiungeva, sul bordo superiore e inferiore dell'immagine o su quelli laterali, uno spesso margine bianco e tale caratteristica visiva ricorda vagamente lo *storico formato cartaceo Polaroid a sviluppo istantaneo*.

Negli ultimi aggiornamenti è stata data la possibilità di mettere un **formato a piacimento**, fino a un certo limite di altezza e larghezza.

Alcune funzioni di instagram sono:

1. Possibilità di scattare foto con **filtri** in alta definizione per avere foto migliori.
2. Possibilità di **supportare fotografie più grandi**.
3. Possibilità di **geolocalizzare** e **taggare** foto.
4. **Direct**, ovvero inviare una foto a un utente senza pubblicarla

STORIA DI INSTAGRAM

Il gruppo è stato fondato quando Kevin Systrom lavorava con Mike Krieger, con finanziamenti provenienti da Baseline Ventures e da Andreessen Horowitz. Il progetto iniziale, Burbn, aveva numerose funzioni, ma *Krieger decise di concentrarsi sulle foto scattate da cellulare.*

Il 9 aprile 2012 Mark Zuckerberg ha annunciato l'acquisizione di Instagram e dei suoi 13 impiegati da parte di Facebook, per circa 1 miliardo di dollari divisi tra denaro e azioni. A settembre l'acquisizione di Instagram da parte di Facebook è stata completata per 741 milioni.

Il 22 ottobre 2013, in occasione del Nokia World 2013, è stato ufficializzato il rilascio di Instagram per Windows Phone.

Il 28 Aprile 2016 viene rilasciata la prima versione di Instagram per Windows 10 Mobile sul Windows Store.

Instagram è stato progettato in maniera specifica per i telefonini. La sua app ufficiale è disponibile solo per smartphone (non è compatibile con alcun tablet) e la versione Web del servizio, che avrebbe dovuto segnare il suo debutto su PC, risulta ancora troppo limitata.

OPPURE ASPETTA CHE ESCA IL FILM



Instagram

Instagram

12+

2.96MB/10.45MB

28%



Downloads



28,421,402



Social



Share

Instagram – Like, capture and share
world's moments



WHAT'S NEW

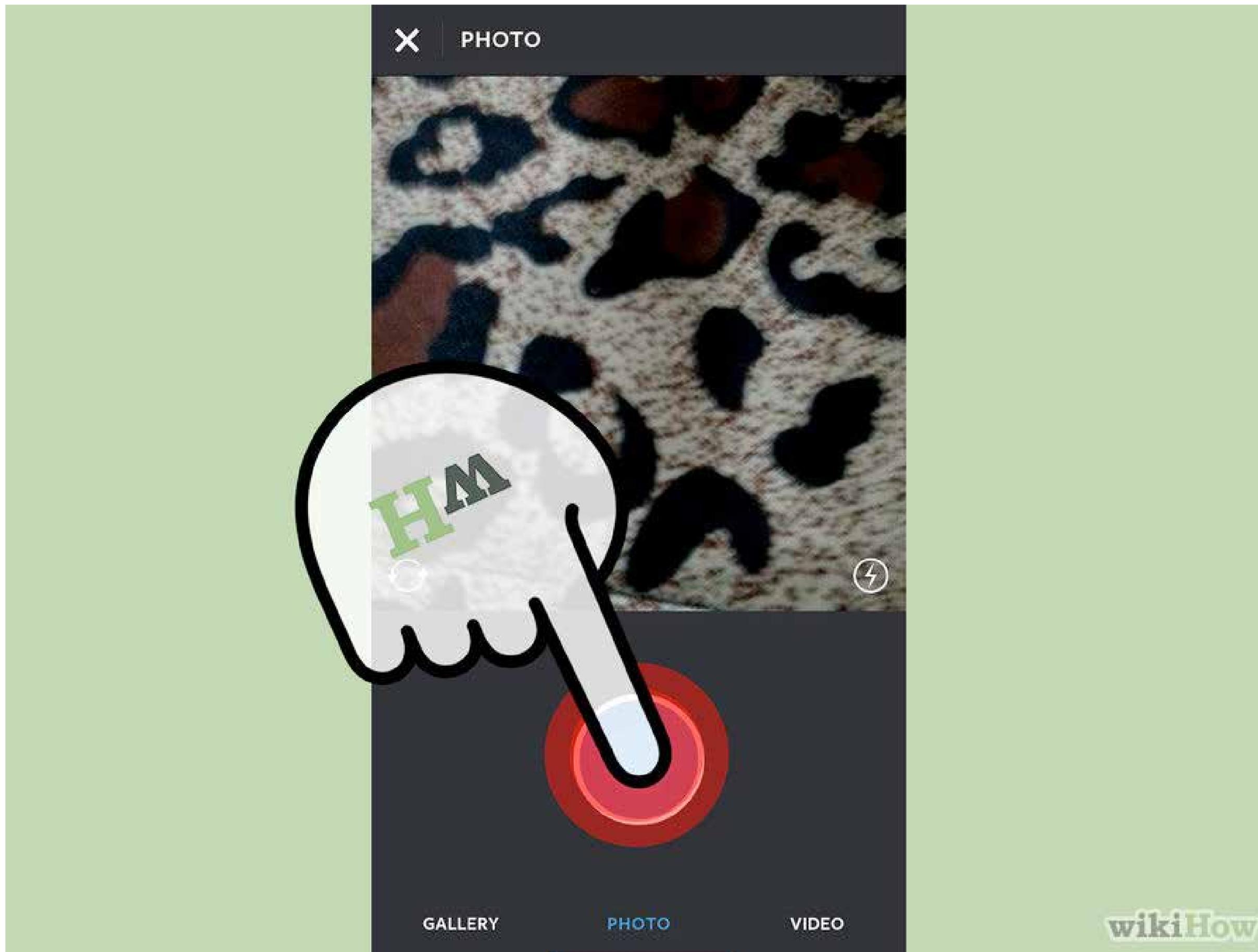
We're excited to bring you an update to
Instagram Direct!

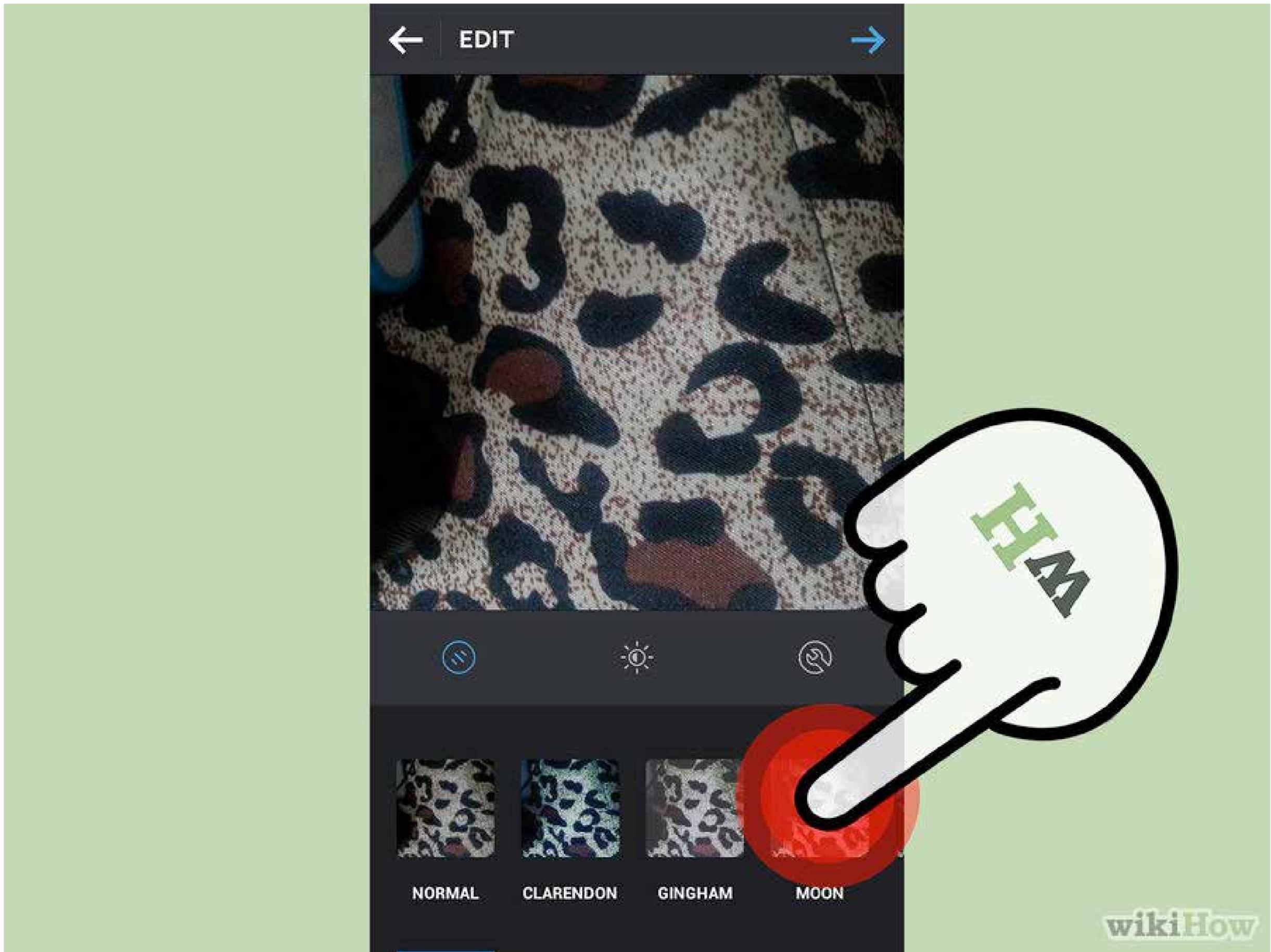
WH

wikiHow



wikiHow





FOLLOWERS

DIRECT



Write a caption...



Tag People



Add Location

Valkyrie, the Palace, Upto...

East R... Mekati City

SHARE



Facebook



Twitter



Tumblr

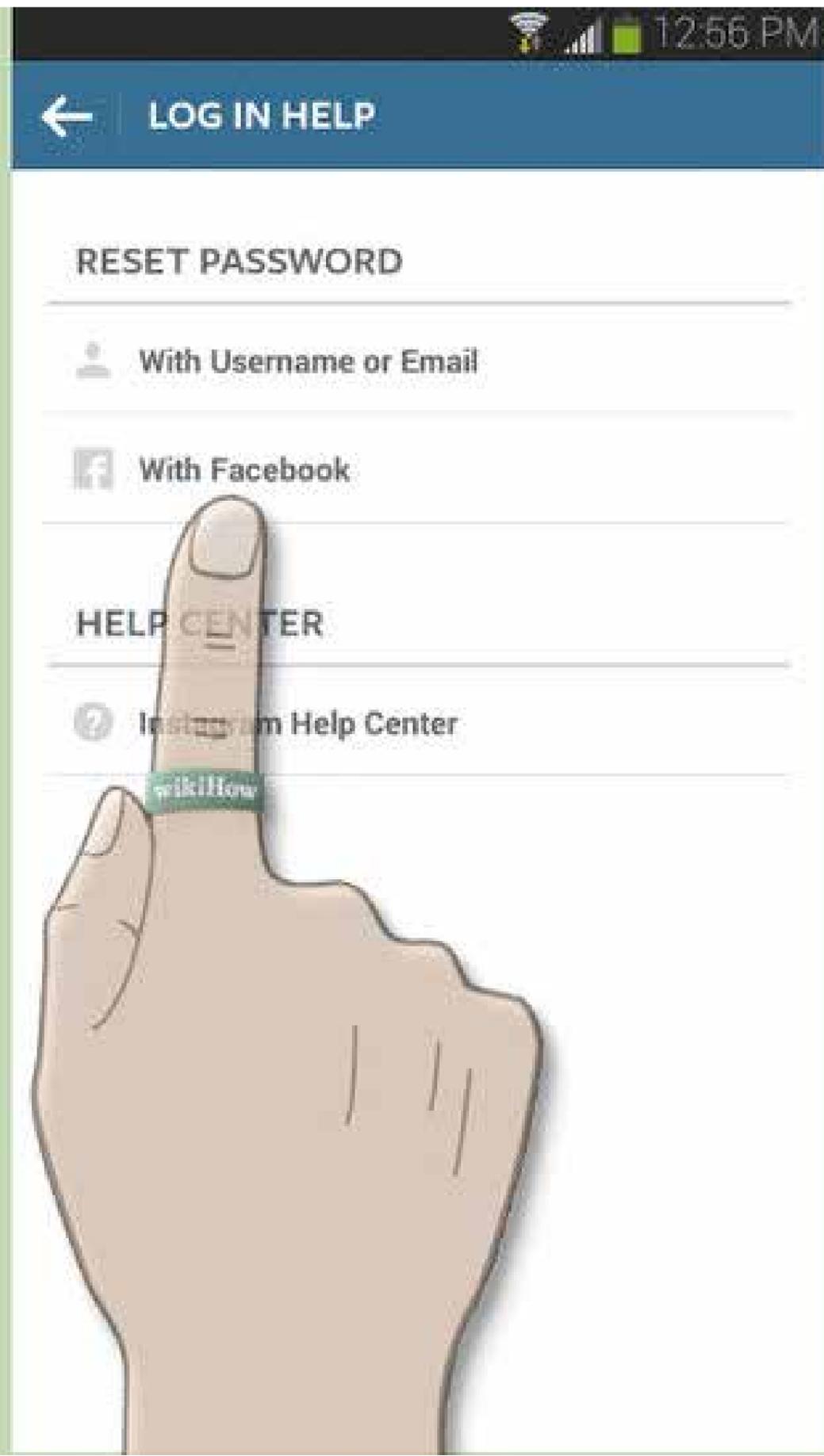


Swarm



Flickr





wikiHow

FOLLOWERS

DIRECT



#foodporn #burger



- #burger 17,753 posts
- #burgers 281 posts

SHARE

Facebook

Twitter



wikiHow to Have a Good Instagram

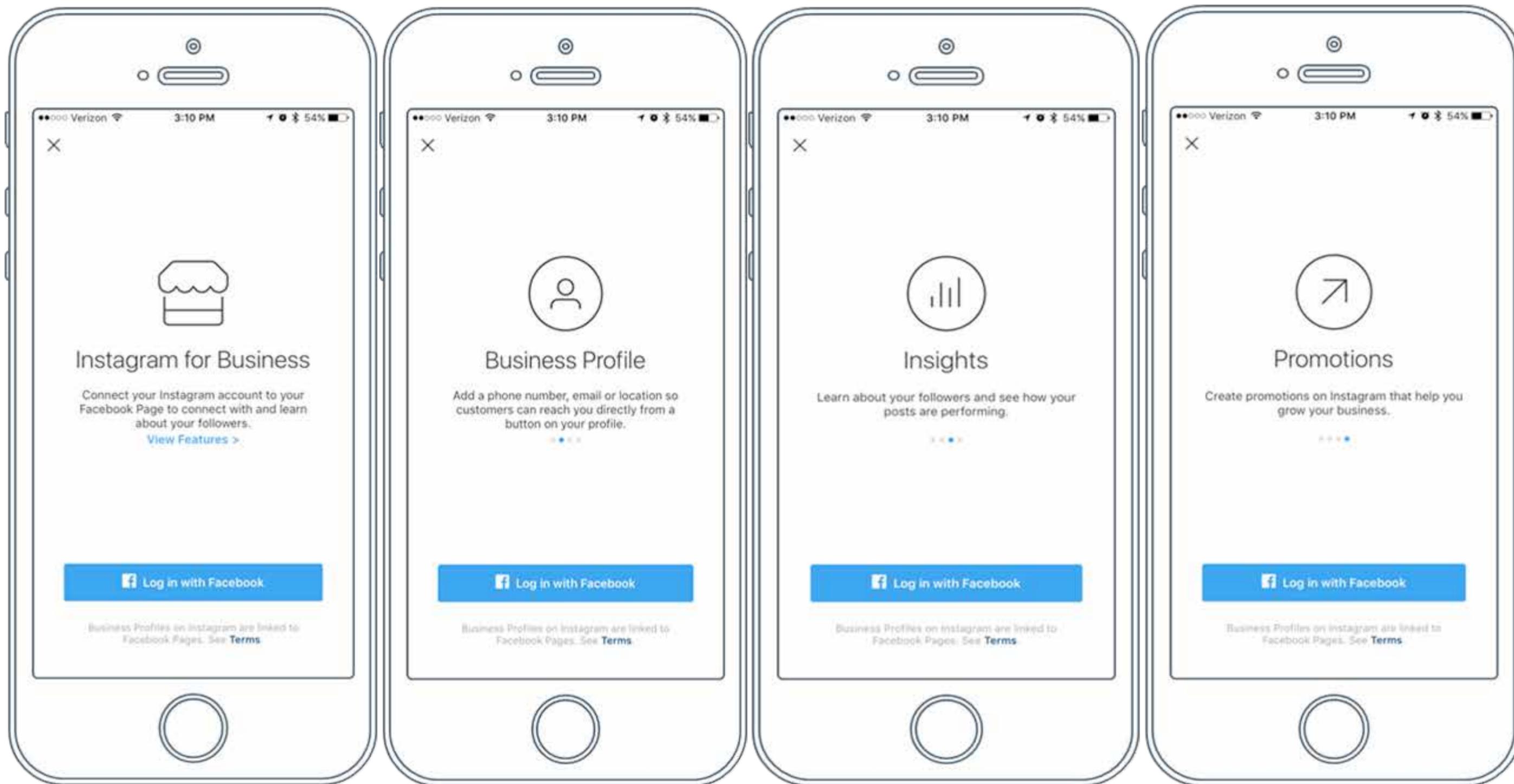


prada  [Segui](#)  

1.714 post 9,7mil follower 3 persone seguite

Prada Thinking fashion since 1913. www.prada.com







venini_official Segui

71 post 2.821 follower 97 persone seguite

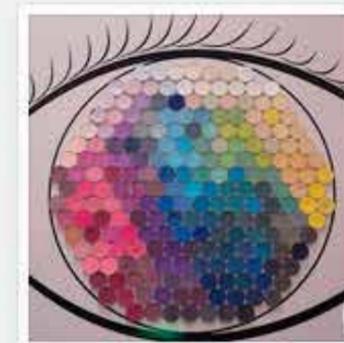
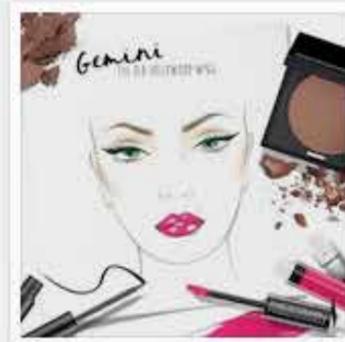
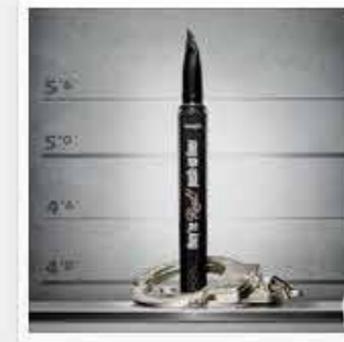
VENINI Since 1921 VENINI is based in Murano, a place where passion for glass is able to enchant everyone and where intuitions come true. www.venini.com



divagroup



June 2014

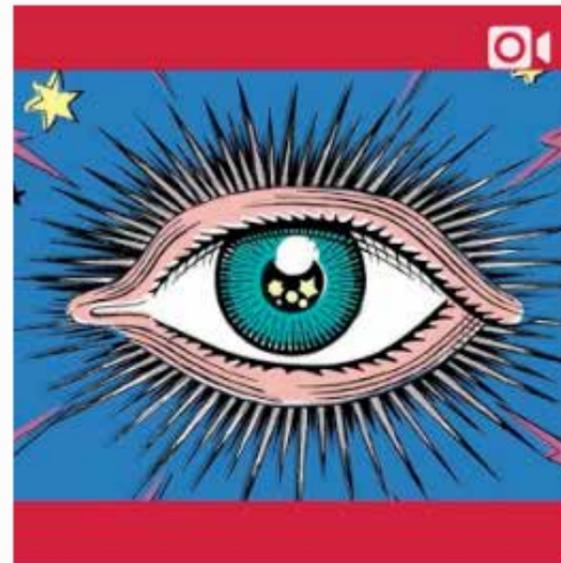




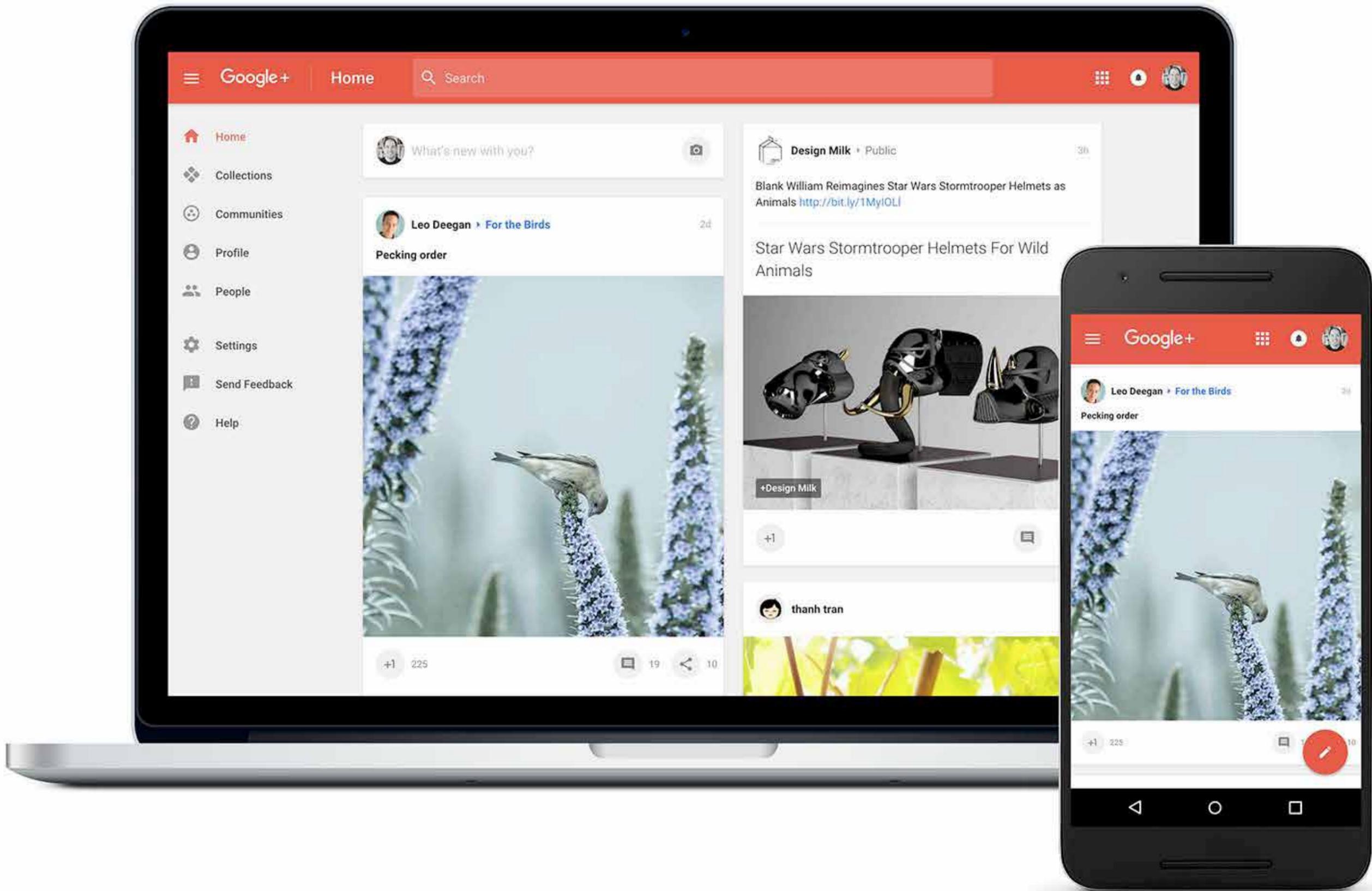
gucci Segui

2.267 post 10,5mil follower 77 persone seguite

[Gucci on.gucci.com/WRTW_SS17](https://on.gucci.com/WRTW_SS17)



ALTRI SOCIAL,
FUNZIONANO NELLA MEDESIMA MODALITÀ





Showcase & Discover Creative Work:



Sign up with Facebook



[Want to Learn More? →](#)

ALL CREATIVE FIELDS

FEATURED



Search...

ADVANCED FILTERS

All Creative Fields + Featured + All Time

PROJECTS

PEOPLE



GODDESSES AND SUBDITS

by [mariana monteagudo](#)

Fine Arts

78 1110



Casarès-Doisneau schools in Saint-Denis

by [Jérôme Mignot](#)

Architecture, Furniture Design...

170 3350



Microsoft Windows 8

by [Marius Bauer](#)

Illustration

748 9353



Scary Girl Totem

by [Creature Freak](#)

Character Design, Digital Art

307 4164



Steidl - Book Launch

by [Montserrat Llaurado](#)



HOKKUS POKUS // 74 Magazine

by [Elizaveta Porodina](#)



Illustrations for ZEITmagazin

by [Ramona Ring](#)



Logo & Identity

by [Matt Stevens](#)





Packma Trading srl

Macchinari industriali
1-10 dipendenti

5 follower

Segui



Home



Packma Trading, nata nel 2000 è un'azienda leader nel settore packaging per la distribuzione di macchine per l'imballaggio e materiali di consumo. Packma Trading è in grado di assistere i propri clienti dalle fasi di consulenza e progettazione alla realizzazione dell'impianto con la garanzia di una continua e assidua assistenza post vendita. La qualità delle macchine e dei servizi offerti è assicurata da uno staff di professionisti dell'imballaggio e dai migliori fornitori nel settore, selezionati in 20 anni di operatività. Packma Trading propone macchine tecnologicamente sempre all'avanguardia, e nello stesso tempo sempre adattabili alle esigenze del cliente grazie alle profonde competenze tecniche del nostro staff.

Packma Trading was established in 2000 as leader in the packaging sector as dealer of machines and packaging materials. Packma Trading is going to assist its customers starting from consulting and planning ending to the realization of the line thanks to its experience and technical know how. The quality of machines and services offered and carried out by its staff has been selected in 20 years of experience. Packma Trading offers technological and innovative machines at the Same time always answering to customers requirements thanks to individual skills of our technical staff.

Settore di competenza

Soluzioni per l'imballaggio, packaging, confezionamento, materiali di consumo

Sito Web

<http://www.packmatrading.it>

Settore

Macchinari industriali

Tipo

Società privata non quotata

Sede principale

Loc. Bran n. 605 Caprino Veronese
Verona, Italia 37013 Italia

Dimensioni dell'azienda

1-10 dipendenti

Data di fondazione

2000

Annunci che potrebbero interessarti



PLC made in Italy

dal 1983 progettiamo e costruiamo PLC low power e range temperatura esteso



Quality Manager

Servizi di ottimizzazione qualità aziendale. Richiedi un preventivo gratuito



HRI's new Web Store

Wireless Emergency Stop and CAN-Sync Wireless CAN Bridge now available

Altre aziende consultate





CP80

Mojaru

HP 23 / 23

Water Type	16.73 kg Weight	0.72 m Height
---------------	--------------------	------------------

12405 STARDUST 19 POLIWAG CANDY

POWER UP 400 1

EVOLVE 25

CP127

Lider

HP 31 / 31

Water Type	27.26 kg Weight	0.87 m Height
---------------	--------------------	------------------

12405 STARDUST 10 PSYDUCK CANDY

POWER UP 600 1

EVOLVE 50

CP91

Pirena

HP 22 / 22

Fire Type	46.25 kg Weight	1.22 m Height
--------------	--------------------	------------------

1600 STARDUST 3 MAGMAR CANDY

POWER UP 200 1

Karate Chop Fighting

Fire Blast 100



