



simple

Strumenti e Modelli Per La mobilità sostenibile

Piano editoriale



Progetto finanziato con fondi *POR FESR 2014/2020 - ASSE PRIORITARIO I*
"RICERCA SCIENTIFICA, SVILUPPO TECNOLOGICO E INNOVAZIONE".

INFORMAZIONI DEL PROGETTO

Numero del progetto	N/A	Acronimo	SIMPLE
Titolo completo	Strumenti e Modelli per La mobilità sostenibile		
Soggetto	Progetto CLUSTER ICT		
Data di inizio	01/02/2018		
Durata in mesi	30		
Coordinatore	UniCA – Università degli Studi di Cagliari		
URL del progetto	http://www.simple-cluster.it		

INFORMAZIONI DEL DOCUMENTO

Numero del deliverable	R.4.1	Titolo	Piano editoriale
Numero del workpackage	4	Titolo	Diffusione dei risultati
Data prevista di terminazione	30/08/2018		
Data di sottomissione del deliverable	30/08/2018		
Autore/i responsabile/i	Michela Pia		
Livello di diffusione	Pubblico		

Tavola dei contenuti

Introduzione

4

Abbreviazioni	5
I social network	6
La strategia e i contenuti	6
Gli obiettivi futuri	9
Il sito web	10
La newsletter	11

1 Introduzione

Il presente è un documento strategico-programmatico che consente di pianificare la strategia e organizzare in maniera efficiente tutti i contenuti relativi alla promozione e all'animazione del Progetto Simple nei principali strumenti di comunicazione stabiliti ovvero i social network, il sito web e le newsletter.

Per quanto riguarda i social network, la prima fase è stata quella relativa alla scelta dei social network da utilizzare. Per il raggiungimento dell'obiettivo prestabilito, ovvero quello di un'adeguata promozione e animazione del progetto, sono stati scelti i seguenti social network: Facebook e LinkedIn. Dopo una fase di analisi, si è deciso di non procedere con la creazione del canale YouTube in quanto non indicato e performante per la fase di animazione e promozione del progetto. La strategia iniziale adottata è stata quella relativa alla fase di popolamento dei social network con contenuti mirati. La seconda fase porterà invece a concentrarsi sulla fase dell'implementazione per favorire il coinvolgimento (engagement) della community. Sono stati scelti alcuni argomenti d'interesse (stream) tra cui: news sul mondo della mobilità sostenibile, promozione di eventi relativi al progetto Simple e curiosità sui membri del team di progetto. L'obiettivo futuro è di continuare a lavorare su contenuti interessanti e coinvolgenti riguardanti il progetto e le sperimentazioni attuate in modo da implementare il coinvolgimento della community.

Il sito web del progetto Simple <http://www.simple-cluster.it/> è stato strutturato, a livello di mappa del sito e contenuti, in modo tale da essere uno strumento informativo sul progetto, sui soggetti coinvolti, sul materiale prodotto e gli eventi realizzati. In secondo momento è stata aggiunta una sezione NEWS dedicata alla realizzazione di contenuti d'interesse.

Le newsletter vogliono essere invece uno strumento di comunicazione riepilogativo di tutte le attività e dei contenuti prodotti all'interno del Progetto. Vengono mandate ad un database di utenti iscritti e alle aziende del cluster con cadenza semestrale.

2 Abbreviazioni

Abbreviazione	Significato
PED	Piano Editoriale

3 I social network

3.1 La strategia e i contenuti

Il piano editoriale relativo ai social network del progetto Simple è fondato su una precisa strategia che impiega argomenti d'interesse che possano favorire il coinvolgimento della community su Facebook e LinkedIn. Grazie ad un lavoro di brainstorming, sono state individuate alcune tematiche d'interesse tra le quali: news che parlano degli attuali sviluppi della mobilità sostenibile, promozione degli eventi organizzati nell'ambito del progetto, news sul lavoro di sperimentazione portato avanti dal team e curiosità sui membri del team di progetto. Dopo l'attivazione della pagina [Facebook](#) e [LinkedIn](#), si è deciso di iniziare con la fase di popolamento e la pubblicazione del post relativo al kick off meeting dell'8 giugno 2018 che ha visto coinvolte le aziende del cluster. Il post è stata l'occasione di lanciare il progetto e farlo conoscere. Come possiamo vedere dall'immagine sottostante, il post ha avuto delle buone interazioni con 966 persone raggiunte (ovvero che hanno visualizzato il post) e 56 tra reaction, condivisioni e commenti. Inoltre ci sono stati 241 click sul post e 100 visualizzazioni delle foto presenti nello slider.



Progetto Simple è con Lucia Pintor e Luigi Atzori.
Pubblicato da Michela Pia [?] · 8 giugno 2018 · 🌐

🚀 Il Progetto SIMPLE è partito oggi con il Kick-Off Meeting che si è tenuto dalle ore 10.30 alle 13.00 presso la Facoltà di Ingegneria e Architettura Università degli Studi di Cagliari.

Presenti i partner di progetto CTM SpA, ASPO Olbia, ATP Sassari, ARST, Autoservizi Mereu, Autolinee Baire, Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, PUSH., Playcar Car Sharing, Sardinia Biking, GeoInfoLab, l'Assessorato ai Trasporti della RAS - Regione Autonoma della Sardegna e Sardegna Ricer... Altro...



Prestazioni del tuo post

966 persone raggiunte

56 Reazioni, commenti e condivisioni 🗒

39 👍 Mi piace	16 Sul post	23 Sulle condivisioni
3 ❤️ Love	0 Sul post	3 Sulle condivisioni
2 😲 Wow	1 Sul post	1 Sulle condivisioni
3 Commenti	1 Sul post	2 Sulle condivisioni
9 Condivisioni	9 Sul post	0 Sulle condivisioni

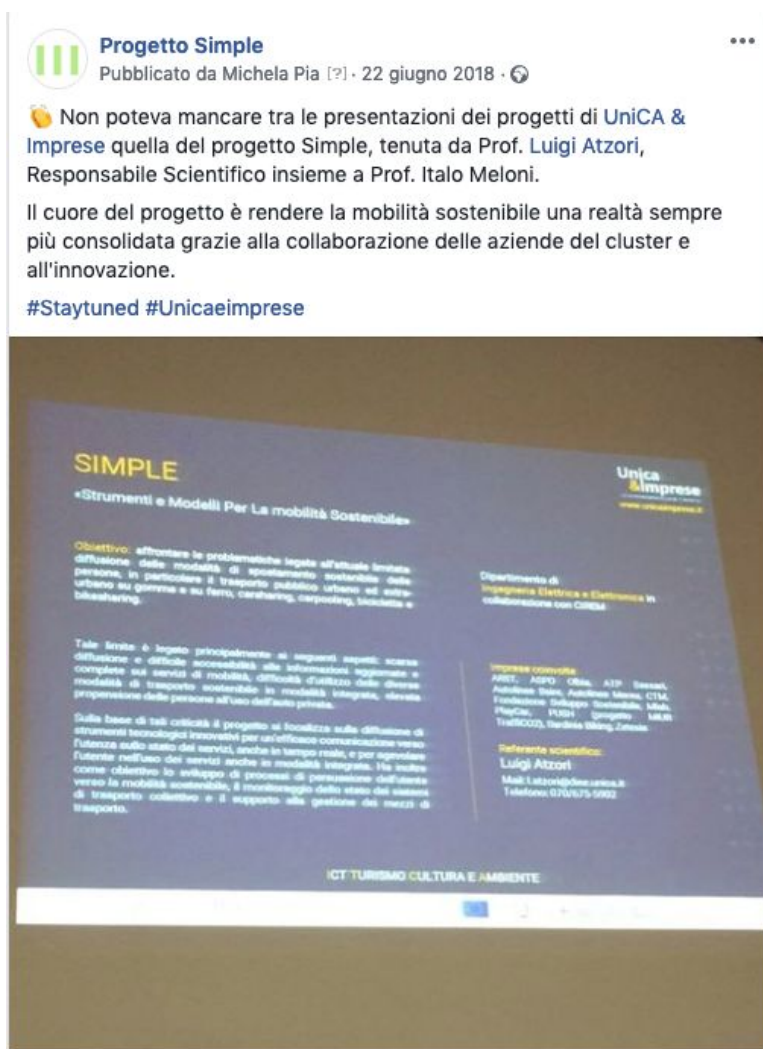
241 Clic sul post

100 Visualizzazioni di foto	0 Clic sul link 🗒	141 Altri clic 🗒
---------------------------------------	-----------------------------	----------------------------

COMMENTI NEGATIVI

0 Nascondi post	0 Nascondi tutti i post
0 Segnala come spam	0 Non mi piace più

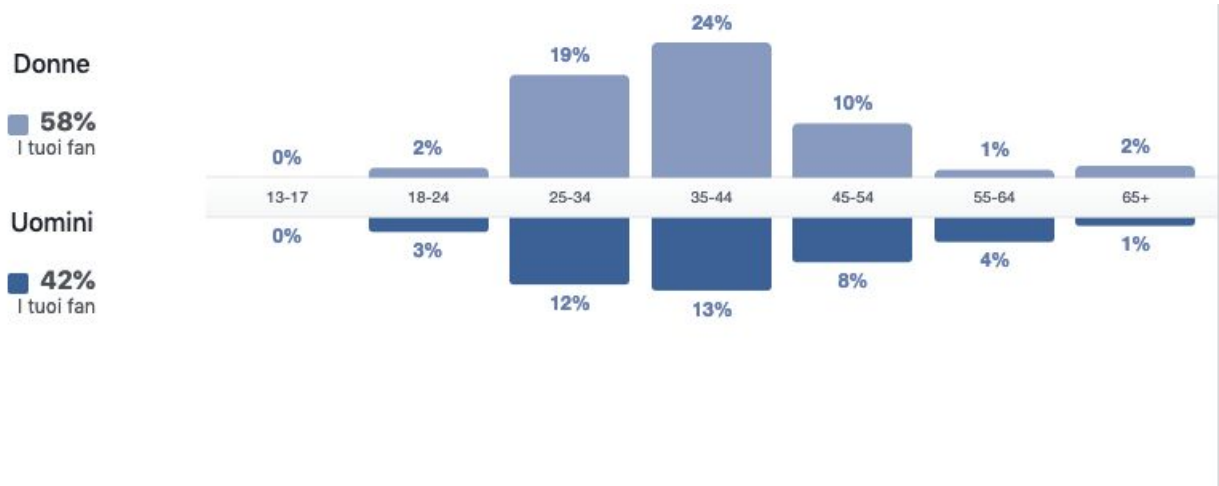
Dopo questa fase iniziale, si è pensato di proseguire con la pubblicazione di contenuti relativi alle attività del team e di news sulla mobilità sostenibile che possano coinvolgere non solo le persone interessate alla tematica ma anche le stesse aziende del cluster. Un altro esempio di contenuti è rappresentato dai post relativi alla partecipazione ad eventi in target. Il 27 giugno, è stato infatti pubblicato un post sia su Facebook che su LinkedIn relativo alla partecipazione del responsabile scientifico di progetto Prof. Luigi Atzori alla 4. Edizione di Unica&Imprese.



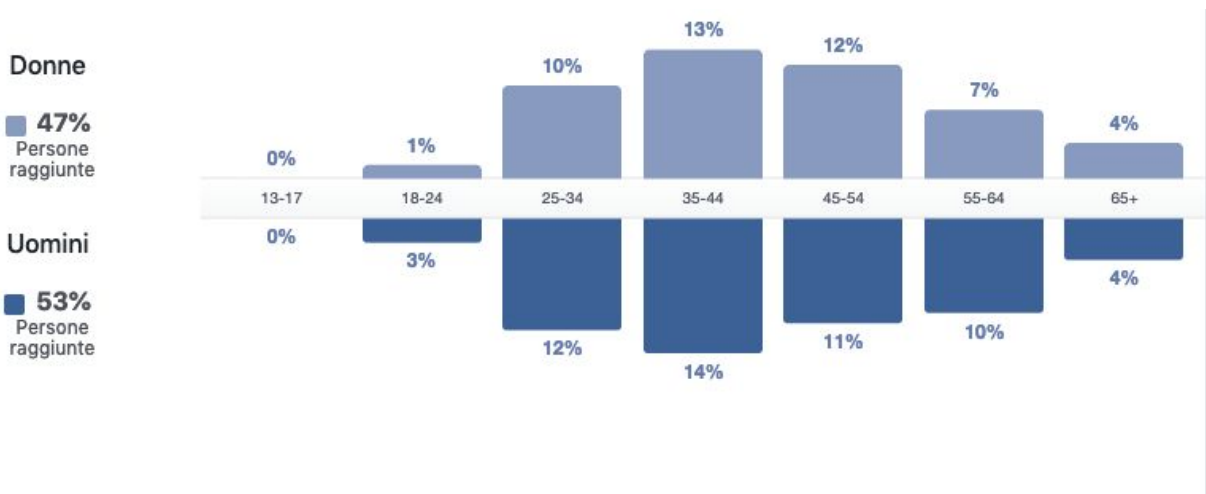
Questa prima fase di popolamento ha portato buoni risultati in termini di implementazione delle pagine Facebook e LinkedIn con richieste di informazioni sul progetto e commenti che mostrano interesse nei confronti dello stesso.

Facendo un'analisi dettagliata delle statistiche sulla piattaforma Facebook e LinkedIn, emergono dei dati interessanti sul target raggiunto. Su Facebook risulta che il 58% dei fan della pagina sono donne di età compresa per il 19% tra i 25 e i 34

anni e per il 24% tra i 35 e i 44 anni. Un 10% di età compresa tra i 45 e i 44 anni. Tra le città di provenienza risultano Cagliari, Milano e anche Roma.



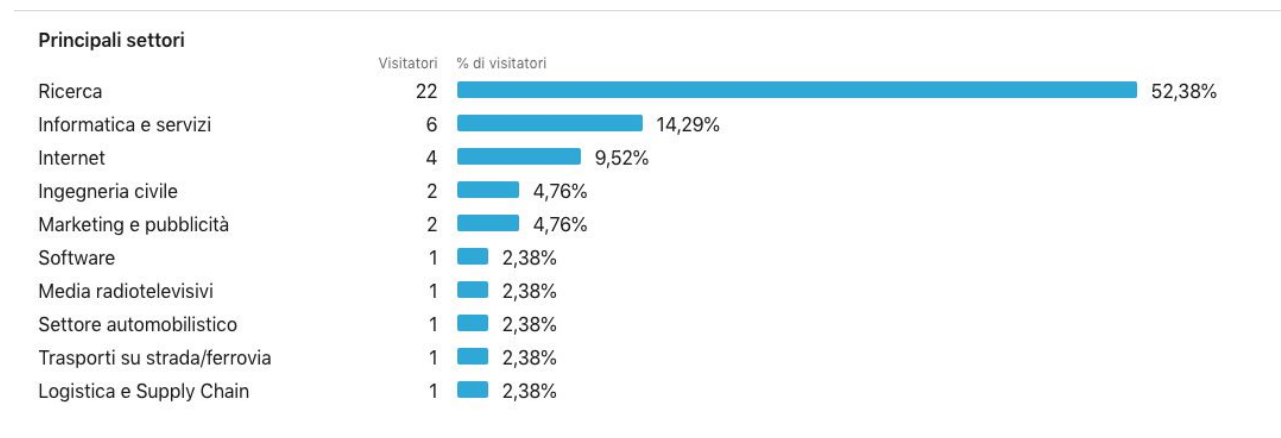
Le persone raggiunte ovvero quelle che visualizzano i contenuti della pagina sono invece per il 53% uomini e per il 47% donne. Di seguito un grafico esemplificativo.



Come possiamo vedere dai dati, le fasce d'età prevalenti sono quelle comprese tra i 35 e i 44 anni e tra i 45 e i 54 anni. Tra le città di provenienza risultano: Cagliari, Gergei, Quartu Sant'Elena, Carbonia e Modena. Le aziende del cluster hanno interagito in maniera minima con i contenuti pubblicati in quanto non utilizzano o utilizzano poco i social network come canale di comunicazione. Per questo motivo i contenuti prodotti devono essere rivolti ad un target di persone interessate alle tematiche della mobilità sostenibile e del progetto stesso. In ogni caso realizzare dei

contenuti che mostrino ciò che a livello di sperimentazione si sta realizzando all'interno del progetto potrebbe attrarre anche nuovi partner.

Per quanto riguarda invece la piattaforma LinkedIn, i follower vengono principalmente da Cagliari (80,95%) e dai seguenti settori: ricerca e informatica. Di seguito il grafico dettagliato.



Essendo un social network professionale, LinkedIn permette di raggiungere un target di aziende interessate ad eventuali partnership e collaborazioni. Le aziende del cluster essendo poco presenti anche in questa piattaforma non hanno interagito con i contenuti pubblicati.

3.2 Gli obiettivi futuri

Nei mesi successivi si continuerà a lavorare sui contenuti del piano editoriale proponendo nuovi argomenti d'interesse, in particolare relativi alle sperimentazioni portate avanti dal team di progetto. Tutto ciò con la finalità di coinvolgere la community aumentando la base utenti e proponendo dei contenuti che potrebbero attrarre nuove partnership aziendali. Questa strategia verrà utilizzata sia nel canale Facebook che in quello LinkedIn. Per raggiungere questi obiettivi si intende proseguire come segue:

- pubblicazione di news sulle attività svolte dal progetto su entrambi i canali: verranno pubblicati dei post in occasione di ogni evento al fine di stimolare la community ad informarsi sulle attività svolte sul progetto attraverso il portale che contiene le informazioni di dettaglio.
- pubblicazione di n. 3 post su entrambi i canali al mese su news riguardanti i temi del progetto. Nello specifico ci si concentrerà su risultati di altri progetti,

rilascio di normative di interesse, iniziative portate avanti da governi nell'ambito delle politiche sulla sostenibilità.

- pubblicazioni di un post su entrambi i canali sui profili dei ricercatori del progetto al fine di avvicinare i partner del cluster al team e facilitare le future interazioni.

4 Il sito web

Il sito web del Progetto Simple è stato pensato come strumento indispensabile per comunicare con il target sia delle persone interessate al progetto e alle tematiche della mobilità sostenibile sia delle aziende partner di progetto. A riguardo sono state pensate le seguenti sezioni:

-Home

-About: descrizione del progetto, delle fasi e degli obiettivi;

-Team: short bio dei componenti del team;

-Soggetti coinvolti: descrizione dei soggetti attuatori, delle aziende trasporto pubblico urbano ed extraurbano, altri servizi di mobilità e altre aziende del cluster;

-Eventi: sezione informativa su eventi e news del settore e del progetto;

-Risultati: attività di animazione e materiale prodotto;

-Contattaci: riferimenti di contatto del progetto;

-Privacy Policy.

Una parte rilevante del sito è rappresentata sicuramente dalla sezione Eventi all'interno della quale sono state pubblicate le news relative al kick off meeting dell'8 giugno 2018 e la partecipazione all'evento Unica&Imprese del 22 giugno 2018.

Un'altra azione di comunicazione rilevante è stata il collegamento del sito con [Mailchimp](#), piattaforma web dedicata all'invio di newsletter. Tutto questo permette di costruire un database di mail utenti che hanno espresso chiaramente di essere interessati alle tematiche del progetto. Inoltre Mailchimp permette l'invio automatico delle newsletter semestrali ad alcune liste precostituite di utenti.

Le azioni future sono rivolte alla produzione di contenuti originali e d'interesse che possano favorire non solo il posizionamento organico del sito nei motori di ricerca ma anche la partecipazione del target di riferimento alle attività del progetto stesso. In questo modo il sito diventa una vetrina importante per mostrare gli avanzamenti delle sperimentazioni, gli eventi e le attività di animazione.

Dall'analisi delle statistiche del sito, la maggior parte del nostro target proviene dall'Italia e dalle città Cagliari e Roma. Interessante è tenere sotto controllo il comportamento dell'utente all'interno del sito dal quale si evince che la sezione maggiormente visitata è quella relativa agli eventi. Di seguito il grafico nel dettaglio.

Rank	URL	Visite	Percentuale
1.	/eventi/	204	24,64%
2.	/	92	11,11%
3.	/about/	88	10,63%
4.	/risultati/	80	9,66%
5.	/prove/	70	8,45%
6.	/il-progetto/	64	7,73%
7.	/soggetti-coinvolti/	54	6,52%
8.	/team/	24	2,90%
9.	/wp-content/uploads/Documenti/Incontri ed eventi/20180917 Settimana della mobilità - Smart Ticketing e Brokering di un Ridesharing pianificato/Simple Presentazione 06 - Gamification Demand Responsive MG.pdf	16	1,93%
10.	/contattaci/	10	1,21%

Tra gli obiettivi futuri anche il coinvolgimento delle stesse aziende del cluster nella produzione di contenuti come ad esempio interviste incentrate sempre sul mondo della mobilità sostenibile.

5 La newsletter

Come già detto, uno degli strumenti di comunicazione adottato è la newsletter che viene mandata semestralmente sia alle persone iscritte alla nostra mailing list

(quindi potenzialmente interessate ad essere coinvolte) e alle aziende del cluster. La newsletter permette in maniera semplice e rapida di rimanere sempre aggiornati sulle novità di progetto e sui contenuti del sito. L'obiettivo futuro è quello di continuare a tenere aggiornato il nostro target tramite questo strumento proponendo non solo contenuti ma anche sondaggi che possano rilevare le esigenze del target in merito alla tematica della mobilità sostenibile.