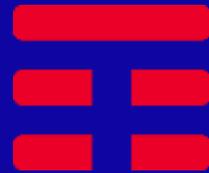


**KEEP CALM
AND
LISTEN**



GRUPPO TIM

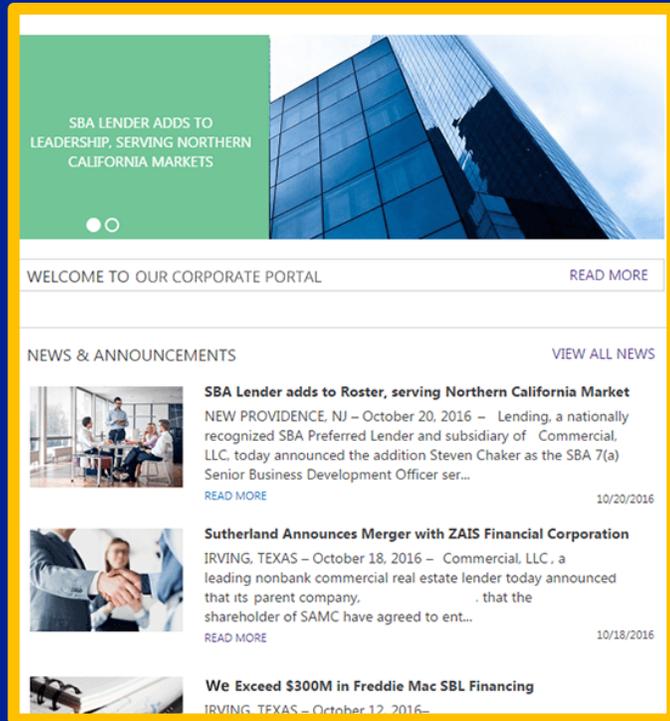
INCONTRO ASCAI

SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT

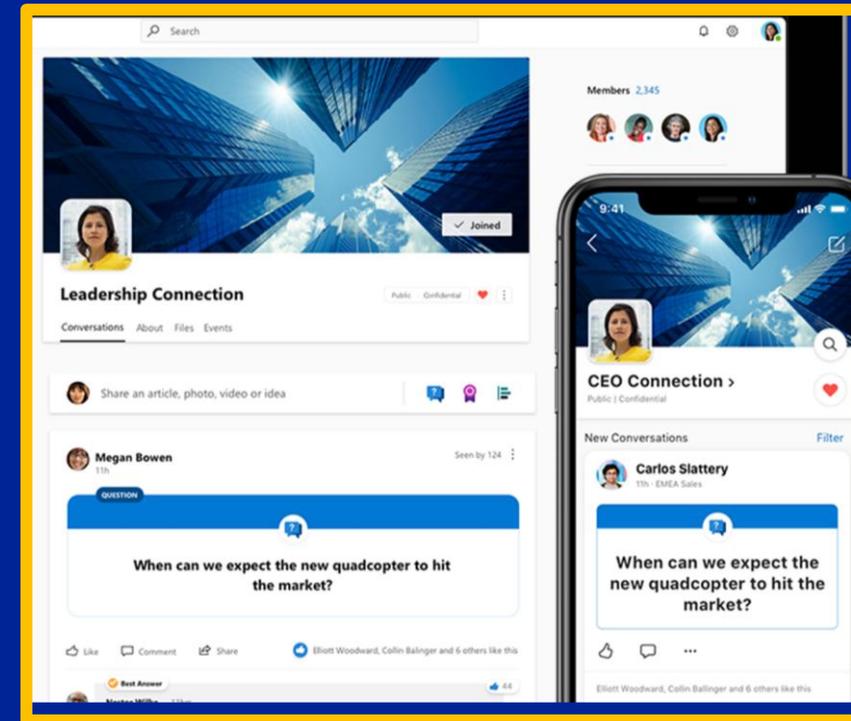
23/02/2022

QUALI SOCIAL INTERNI UTILIZZIAMO

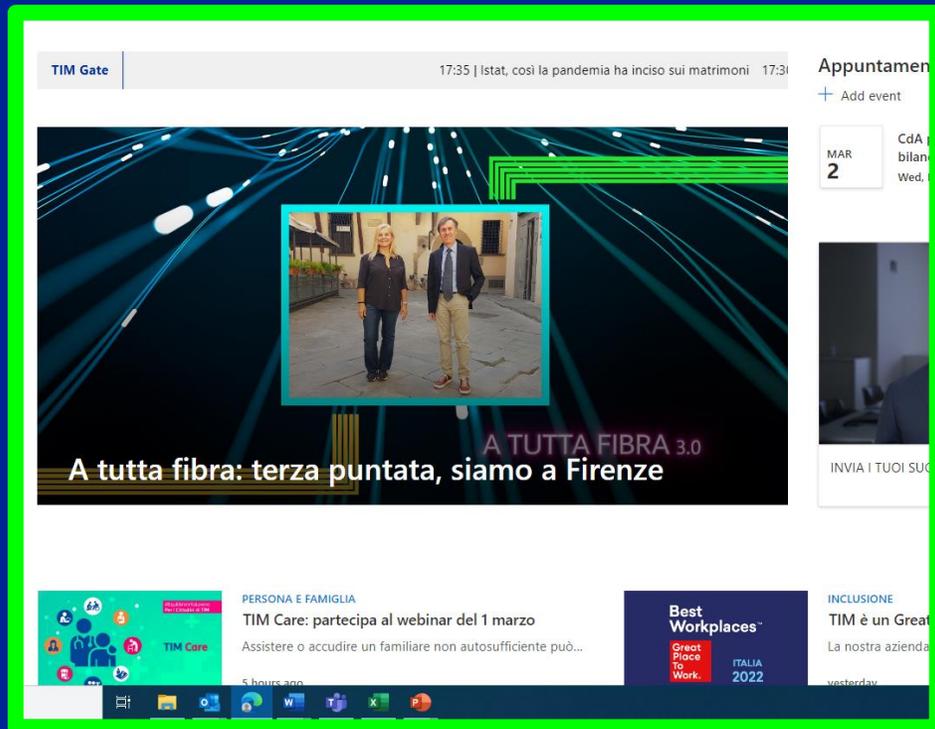
SOCIAL INTRANET



YAMMER

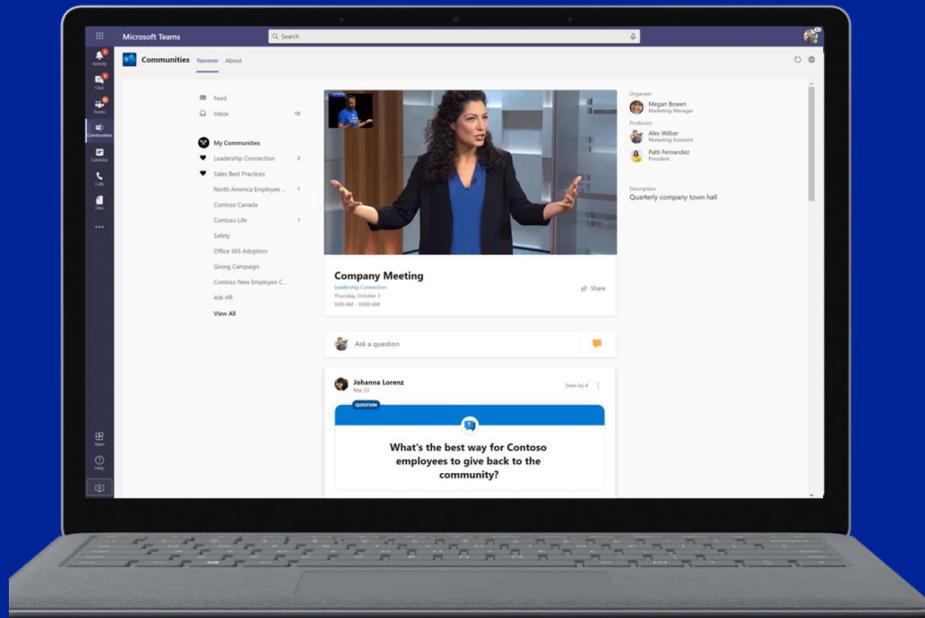


SOCIAL INTRANET



- Social da diversi anni
- Netiquette interiorizzata
- Commenti sempre aperti

YAMMER



- **Libero e spontaneo**
- **Incremento dell'utilizzo a seguito di**
 1. necessità di un canale meno istituzionale dove confrontarsi
 2. presenza di alcuni “influencer” particolarmente seguiti
 3. visibilità dei thread sulla homepage della intranet.

SENTIMENT ANALYSIS

SENTIMENT ANALYSIS



Vorremmo sempre leggere commenti positivi, entusiasti e costruttivi che dimostrino ingaggio e senso di appartenenza.

SENTIMENT ANALYSIS



Purtroppo, non è così.

Ci sono quei commenti, a volte pochi e a volte molti, che generano in noi frustrazione o irritazione perché sono negativi. Evidenziano punti di vista diversi da quelli che ci aspettavamo, disaccordo, imprecisioni, ecc.



COSA FARE?

KEEP CALM AND LISTEN

È evidente che i colleghi ci stanno dando dei segnali importanti, messaggi che vale la pena ascoltare. Cosa ci stanno dicendo esattamente? Come possiamo utilizzare queste informazioni per migliorare l'engagement e il senso di appartenenza?

UN MODELLO DI ANALISI

Una matrice utilizzata per analizzare l'andamento delle NEWS INTRANET e per orientare gli interventi di miglioramento

no. visualizzazioni	+	<ul style="list-style-type: none">• Conferma libertà di espressione• Argomento di forte interesse• Segnale di essere distanti dai colleghi?• Si poteva comunicare diversamente (tone of voice, canale)?	Notizie molto apprezzate, indicano le preferenze dei colleghi
	-	<ul style="list-style-type: none">• Argomento di nicchia• Si poteva evitare di pubblicare?• Era preferibile altro canale profilato?	<ul style="list-style-type: none">• Notizie apprezzate e di nicchia• Si possono coinvolgere più persone?• E' preferibile altro canale profilato?
			sentiment
			- +

COSA ABBIAMO IMPARATO?

- Un **maggiore utilizzo dei social** suggerirebbe che l'organizzazione è vissuta come **un posto dove potersi esprimere**.
- Le persone sono probabilmente più **disposte ad identificarsi** se possono esprimersi e se sono ascoltate
- Se i **commenti** sono **positivi** abbiamo centrato una **leva motivazionale** su cui investire maggiormente
- Se i **commenti** sono **negativi** – è il momento di ascoltare per comprendere meglio ma hai creato **una relazione di fiducia**
- I **social media “liberi”** favoriscono il contatto trasversale dei colleghi su argomenti vari