

Social media: 8 elementi essenziali per un piano efficace di governance



Che cos'è la governance dei social media?

La governance dei social media è un insieme di politiche, sistemi, processi e flussi di lavoro di approvazione. Insieme, determinano il modo in cui l'organizzazione e i suoi dipendenti utilizzano i social media, ovvero:

- Chi prende le decisioni in merito alle politiche e alle linee guida nuove e aggiornate sui social media
- Come vengono prese le decisioni sulle modifiche alle policy
- Chi determina gli obiettivi strategici del marketing sui social media
- Come vengono fissati, misurati e rendicontati tali obiettivi
- Come garantire la conformità ai social media

- Come gestire e ridurre il rischio dei social media
- Cosa fare in caso di crisi sui social media

Perché è così importante?

Un piano di governance dei social media offre molteplici vantaggi alla propria azienda:

- Protegge la reputazione del marchio: una serie chiara di politiche e linee guida sui social media per i dipendenti definisce la voce del brand. Stabilisce il tono per l'utilizzo degli strumenti di social media da parte dell'organizzazione
- Consente di diventare più agili: il processo decisionale può essere complicato, soprattutto all'interno di un'organizzazione di grandi dimensioni. Una strategia di governance dei social media definisce chiaramente chi è responsabile di una determinata decisione. Inoltre, delinea le modalità con cui vengono prese le decisioni
- Aiuta a gestire il rischio normativo: il rischio normativo non è una preoccupazione solo per chi opera nei settori regolamentati. Tutti i marchi devono garantire la conformità alle regole dei social media e alle norme di marketing
- Riduce i rischi per la sicurezza dei social media: la sicurezza è un altro dei fattori di gestione del rischio aziendale che tutti i team dei social media devono considerare. Innanzitutto, a tutti coloro che condividono ancora le password dei social con i membri del team, si consiglia di smettere. Scrivete una politica di gestione delle password nella vostra policy dei social.
- Assegnate a qualcuno nei vostri documenti di governance sociale il compito di farli rispettare
- Prepara a gestire le crisi: se vi trovate ad affrontare una crisi specifica per il marchio, il modello di governance dei social media fornisce il quadro per

rispondere rapidamente e con grazia. Questo è fondamentale per ridurre al minimo i danni alla reputazione

Quali sono gli elementi essenziali di questa strategia?

1. Linee guida chiare per il marchio

Oltre allo stile, al tono e al linguaggio appropriati per i vostri account, dovete chiarire:

- Quali piattaforme utilizzate e chi è responsabile di ciascun account.
- Standard di accessibilità e linguaggio inclusivo
- Linee guida per grafica, colori e immagini
- Linee guida per le maniglie e le biografie sui social
- Requisiti di conformità rilevanti, come la divulgazione, le dichiarazioni di marketing, le regole dei concorsi e così via

2. Una social media policy

Che dovrebbe includere:

- Quali tipi di contenuti pubblicare sui social, compresi gli argomenti non consentiti.
- Requisiti di privacy e riservatezza
- Linee guida sul copyright
- Ulteriori requisiti di conformità, soprattutto se operate in settori regolamentati.
- Linee guida per i dipendenti che delineino ciò che è accettabile sia sugli account personali che su quelli professionali

3. Protocolli di sicurezza

Per proteggere il vostro marchio da rischi quali:

- phishing
- malware
- furto di password

- truffe
- account falsi
- hacking

Gli elementi importanti da includere sono:

- Aggiornamenti sulle più recenti truffe dei social media di cui essere a conoscenza
- Requisiti per l'autenticazione a due fattori
- Attività sui social media da evitare per motivi di sicurezza. Tra cui i quiz e l'uso di app di terze parti che richiedono informazioni personali.
- Linee guida su come creare una password efficace e sulla frequenza di aggiornamento delle password.
- Linee guida per gli aggiornamenti del software e di altre apparecchiature
- Chi segnalare i problemi di sicurezza dei social media

4. Formazione continua sui social media

I social media cambiano rapidamente. La formazione continua è importante per i dipendenti a tutti i livelli del proprio team di social media.

5. Ascolto e monitoraggio sociale

Il monitoraggio sociale offre una finestra su ciò che viene detto del proprio marchio sui social media. Questo può aiutare a capire cosa funziona e cosa no nella strategia sociale. È anche un'ottima fonte di informazioni sui concorrenti.

6. Un piano di gestione della crisi

Che dovrebbe includere:

- Linee guida per identificare una crisi e il suo grado di gravità. Ad esempio, la pubblicità negativa di un tweet di cattivo gusto è probabilmente meno grave di un richiamo di un prodotto importante per motivi di sicurezza
- Ruoli e responsabilità per ogni reparto, compresi quelli al di fuori del team social

- Un piano per la comunicazione interna
- Un piano di continuità editoriale che specifichi quando e come sospendere i post programmati sui social mentre si affronta una crisi
- Linee guida chiare su chi può creare e approvare i contenuti sociali in caso di crisi
- Linee guida per i membri del team che possono rispondere ai post sui social o alle richieste dei media in caso di crisi sui canali social

7. Flussi di lavoro di approvazione specifici

Fondamentali durante le crisi ma, se operate in un settore regolamentato, potreste aver bisogno sempre dell'approvazione dei contenuti social da parte del vostro team di compliance. Soprattutto per le nuove campagne o piattaforme.

8. Obiettivi dei social media

Iniziate fissando obiettivi SMART per i social media e definendo chiaramente le metriche che userete per misurare il vostro successo.

Quindi, create un piano per la misurazione, l'analisi e la rendicontazione agli stakeholder interessati. Man mano che vedrete cosa funziona e cosa no, potrete perfezionare i vostri obiettivi e modificare la vostra strategia complessiva sui social media.